

**UNIVERSIDADE DE LISBOA**  
**FACULDADE DE ARQUITECTURA**

## **A complementaridade entre Mercados e Logradouros como um meio de Revitalização urbana**



**Ana Sofia Militão Morais Branco**

(Licenciada)

Projecto para obtenção do Grau de Mestre em Arquitectura com Especialização em  
Urbanismo

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Auxiliar Sofia Morgado;

Co-Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Auxiliar Manuela Mendes;

Júri:

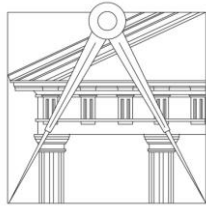
Presidente: Prof<sup>º</sup>. Auxiliar Pedro George

Vogal: Prof<sup>ª</sup>. Auxiliar Sofia Morgado;

Vogal: Prof<sup>º</sup> Auxiliar Luís Carvalho

Lisboa, FAUL, Agosto 2014





**UNIVERSIDADE DE LISBOA**  
**FACULDADE DE ARQUITECTURA**

Título: A complementaridade entre Mercados e Logradouros como um meio de Revitalização urbana

Nome: Ana Sofia Militão Morais Branco

Curso: Mestrado Integrado em Arquitectura com Especialização em Urbanismo

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Auxiliar Sofia Morgado

Co-orientadora: Prof<sup>a</sup>. Auxiliar Manuela Mendes

## **RESUMO**

O vale da Almirante Reis, situado entre colinas, é a herança de um dos principais acessos da periferia rural ao centro e continua a ter um importante papel na Cidade de Lisboa. Ao longo deste vale encontramos três Mercados: Mercado Forno do Tijolo, Mercado de Arroios e Mercado de Alvalade Norte.

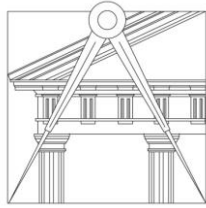
Os Mercados por presentemente serem vistos como desadequados ao estilo de vida atual, surge a necessidade de repensar o seu programa interno, mas acima de tudo repensar o seu papel na estrutura urbana da Cidade. Muitas estratégias já se aplicaram com vista a adequar os Mercados ao modo de vida atual. Os Logradouros são fundamentais para a manutenção da permeabilidade do solo e surgem atualmente na malha consolidada como resposta à necessidade de criar novos espaços públicos.

E, se não fosse o programa interno dos Mercados que tivesse de ser repensado, mas sim a visibilidade que estes têm na escala urbana da Cidade?

Aumentar a Vitalidade mas manter a identidade dos Mercados, foram aspetos essenciais para a elaboração deste projeto. Este trabalho pretende desenvolver uma estratégia que conecte Mercados e Logradouros numa rede de espaços públicos, proporcionando visibilidade e complementaridade entre eles.

**Palavras-Chave:** Mercado; Logradouro; Espaço Público; Almirante Reis; Revitalização





**UNIVERSIDADE DE LISBOA**  
**FACULDADE DE ARQUITECTURA**

Title: The complementarity between Markets and Courtyards as a way to Urban Revitalization

Name: Ana Sofia Militão Morais Branco

Program: Master's Degree in Architecture with specialization in Urbanism

Supervisor: Assistant Professor Sofia Morgado

Co-Supervisor: Assistant Professor Manuela Mendes

## **ABSTRACT**

The valley of the Almirante Reis Avenue, situated between hills, derives from one of the main access routes linking the rural periphery to the city centre, and continues to fulfill an important role in the City of Lisbon. Along this valley there are three markets: the Forno do Tijolo Market, the Arroios Market and the Alvalade-North Market.

As the Markets are seen nowadays as being inadequate for the present lifestyles, appear the need to rethink their internal program, but above all to rethink their role in the urban structure of the City. Many strategies have already been applied to adapt the Markets to the present way of life. The Courtyards are of prime importance for the maintenance of the permeability of the soil and arise at present in the consolidated network as a solution for the need to create new public spaces.

However, if it were not the internal program of the Markets that had to be rethought, but instead the visibility that they have in the urban scale of the City? To increase the vitality but maintaining the identity of the Markets, have been the essential aspects in the setting up of this project. This paper aims at developing a strategy that connects these Markets and the free spaces near houses into a network of public spaces, thus affording visibility and complementarity amongst them.

**Keywords:** Market; Courtyard; Public Space; Almirante Reis; Revitalization.



# ÍNDICE

Introdução.....	1
Capítulo 1. Contexto Vale da Avenida Almirante Reis .....	3
1.1. Contexto atual Vale Almirante Reis .....	5
1.2. Contextualização Histórica da zona de intervenção. ....	7
Capítulo 2. Os Mercados na Cidade de Lisboa .....	13
2.1. Contexto historico dos mercados da Cidade de Lisboa .....	15
2.1. Mercado do Forno do Tijolo.....	23
2.2. Mercado de Arroios.....	25
2.4. Mercado de Alvalade Norte .....	27
Capítulo 3. Estado da Arte.....	31
3.1. Espaço público.....	33
3.1.1. Uma abordagem ao conceito do espaço público .....	33
3.1.2. Vitalidade e segurança nos espaços públicos .....	35
3.1.3. Identidade do Lugar .....	38
3.2. Mercados.....	42
3.3. Exemplos relevantes de Mercados Intervencionados .....	46
3.3.1. O mercado do Convent Garden- Londres .....	46
3.3.2. o mercado Santa Caterina-Barcelona .....	48
3.3.3. Mercado de San Miguel- Madrid .....	49
3.3.4. Mercado Ferreira Borges-Porto .....	51
3.3.5. Mercado de Campo de Ourique-Lisboa .....	53
3.3.6. Apreciação comparativa dos exemplos selecionados.....	54
3.4. Formas de Intervenção.....	57
3.5. Logradouros .....	60
3.5.1. programa ProEixample- Barcelona.....	61

3.5.2. Duas Casas em Santa Isabel-Lisboa .....	64
Capítulo 4. Proposta de Intervenção.....	67
4.1. Estratégia de Revitalização do vale da Almirante Reis .....	69
4.1.1. Transversalidade- Mercado do Forno do Tijolo .....	72
4.1.2. Transversalidade -Mercado de Arroios .....	75
4.1.3. Transversalidade- Mercado de Alvalade Norte .....	78
4.2. Logradouros complementares ao Mercado de Arroios .....	81
4.3. Estratégia de intervenção no interior do Mercado de Arroios .....	90
Conclusão .....	93
Anexo .....	95
Bibliografia .....	111



# ÍNDICE DE FIGURAS

FIG. 1 LOCALIZAÇÃO DO VALE DA ALMIRANTE REIS NA AML.....	5
FIG. 2 LOCALIZAÇÃO DO VALE DA ALMIRANTE REIS NA CIDADE DE LISBOA COM A INDICAÇÃO DE TOPOGRAFIA E DA REDE HIDROGRÁFICA. ....	7
FIG. 3 INDICAÇÃO DOS LIMITES DA CIDADE DE LISBOA AO LONGO DA AVENIDA ALMIRANTE REIS.....	8
FIG. 4 PLANO DA AVENIDA DOS ANJOS 1900 .....	9
FIG. 5 PDM DE LISBOA 1967.....	12
FIG. 6 MERCADO DA RIBEIRA VELHA.....	15
FIG. 7 GRÁFICO.....	18
FIG. 8 MAPA SOBRE A RELAÇÃO ENTRE A CRIAÇÃO DE MERCADOS NA CIDADE E A SUA EXPANSÃO. ....	19
FIG. 9 CRONOLOGIA REFERENTE AOS MERCADOS EM LISBOA. ....	21
FIG. 10 DESENHO DA ENTRADA DO MERCADO FORNO DO TIJOLO.....	23
FIG. 11 FOTOGRAFIA DA CONSTRUÇÃO DO MERCADO DO FORNO DO TIJOLO 1949. ....	23
FIG. 12 FOTOGRAFIAS DO INTERIOR E DO EXTERIOR DO MERCADO FORNO DO TIJOLO.....	24
FIG. 13 FAB-LAB LOCALIZADO NO MERCADO DO TIJOLO .....	24
FIG. 14 DESENHO DO MERCADO DE ARROIOS.....	25
FIG. 15 FOTOGRAFIAS DO MERCADO DE ARROIOS 1942 E 1946. ....	26
FIG. 16 FOTOGRAFIAS DO MERCADO DE ARROIOS EM 2013 .....	26
FIG. 17 DESENHO DO MERCADO DE ALVALADE NORTE.....	27
FIG. 18 FOTOGRAFIA MERCADO ALVALADE NORTE.....	28
FIG. 19 MERCADO DE ALVALADE EM 1964.....	28
FIG. 20 FOTOGRAFIA DO LARGO DO INTENDENTE .....	33
FIG. 21 PLACA DE INDICAÇÃO DA RUA EM AMBAS AS LÍNGUAS.....	41
FIG. 22 FOTOGRAFIA DO NASCHMARKET VIENA.....	42
FIG. 23 FOTOGRAFIAS DOS DIFERENTES EXEMPLOS RELEVANTES ABORDADOS. ....	46
FIG. 24 FOTOGRAFIA DO CONVENT GARDEN. ....	47
FIG. 25 FOTO DO MERCADO DE SANTA CATERINA .....	49
FIG. 26 LOCALIZAÇÃO DO MERCADO DE SAN MIGUEL MADRID.....	50

FIG. 27 ENTRADA PRINCIPAL DO MERCADO DE SAN MIGUEL .....	50
FIG. 28 FOTOGRAFIAS DO MERCADO FERREIRA BORGES 2012 .....	52
FIG. 29 MERCADO DE CAMPO DE OURIQUE, POSTERIOR A 1934.....	53
FIG. 30 FOTOGRAFIA DO EXTERIOR E INTERIOR DO RENOVADO MERCADO CAMPO DE OURIQUE.....	54
FIG. 31 TABELA COMPARATIVA DE EXEMPLOS RELEVANTES DE MERCADOS INTERVENCIONADOS .....	56
FIG. 32 EDIFÍCIO DEVOLUTO NA AVENIDA ALMIRANTE REIS. ....	57
FIG. 33 FOTOGRAFIA DE UM ACESSO A UM LOGRADOURO NA RUA ROSA DAMASCENO. ....	60
FIG. 34 PROJETO DE CERDÁ PARA A ENSANCHE DE BARCELONA 1859. ....	61
FIG. 35 PÁTIOS RECUPERADOS ATÉ 2009 ATRAVÉS DO PROGRAMA PROEIXAMPLE .....	62
FIG. 36 PÁTIO DE LES AGUES .....	63
FIG. 37 PÁTIO JOAN BROSSA .....	63
FIG. 38 PÁTIO ANTONIO PUIGVERT .....	63
FIG. 39 SITUAÇÃO-DUAS CASAS EM SANTA ISABEL .....	65
FIG. 40 FOTOGRAFIA- DUAS CASAS EM SANTA ISABEL .....	65
FIG. 41 LOCALIZAÇÃO DA ÁREA DE INTERVENÇÃO A LINHA PRETA. ....	69
FIG. 42 TOPONÍMIA ENVOLVENTE AO MERCADO DO FORNO DO TIJOLO. ....	72
FIG. 43 ESQUEMA DO PERCURSO TRANSVERSAL DO MERCADO FORNO DO TIJOLO. ....	73
FIG. 44 CONFIGURAÇÃO DA PRAÇA DO CHILE ANTES DE 1950 .....	75
FIG. 45 TOPONÍMIA ENVOLVENTE AO MERCADO DE ARROIOS, 2014. ....	76
FIG. 46 ESQUEMA DO PERCURSO TRANSVERSAL DO MERCADO DE ARROIOS.....	77
FIG. 47 TOPONÍMIA ENVOLVENTE AO MERCADO DE ALVALADE NORTE. ....	78
FIG. 48 ESQUEMA DO PERCURSO TRANSVERSAL DO MERCADO DE ALVALADE NORTE.....	79
FIG. 49 VISTA SOBRE A AREA DE INTERVENÇÃO.....	81
FIG. 50 PAVIMENTO DA HIGH-LINE, NOVA IORQUE.....	82
FIG. 51 ESPAÇO DE ENTRADA PARA O LOGRADOURO. ....	83
FIG. 52 DESENHO DA INTENÇÃO DE ACESSO AO INTERIOR DOS LOGRADOUROS.....	84
FIG. 53 TOPONÍMIA E IDENTIFICAÇÃO DOS LOGRADOUROS ENVOLVENTES AO MERCADO DE ARROIOS.....	84
FIG. 54 MERCADO DA RUA HUNYADI COM A ESTRUTURA RECOLHIDA, BUDAPESTE, 2013. ....	85
FIG. 55 MERCADO DA RUA HUNADI EM FUNCIONAMENTO, BUDAPESTE,2013. ....	85

FIG. 56 CORTE DO EDIFÍCIO, ONDE SE PODE OBSERVAR A EXISTÊNCIA DA CHAMINÉ DENTRO DO LOGRADOURO. ....	86
FIG. 57 DESENHO DEMONSTRATIVO DO MODO DE ILUMINAÇÃO E VENTILAÇÃO DO ESTACIONAMENTO. ....	87
FIG. 58 FACHADA DA GALERIA STOREFRONT, 1993.....	88
FIG. 59 ESBOÇO DA FACHADA DA GALERIA.....	88
FIG. 60 DESENHO DAS BANCADAS INSERIDAS NA COBERTURA DA MEZANINI. ....	89
FIG. 61 ESBOÇO DA ZONA DE ESTUDO EM TORNO DO SAGUÃO. ....	89
FIG. 62 PLANTA DO PISO TÉRREO DO MERCADO .....	90
FIG. 63 FOTOGRAFIAS DO PISO SUBTERRÂNEO DO MERCADO DE ARROIOS .....	90
FIG. 64 ESQUEMA DE FUNÇÕES DO MERCADO DE ARROIOS.....	91
FIG. 65 ESQUEMA DE PERCURSOS PROPOSTOS NO MERCADO DE ARROIOS. ....	92



# INTRODUÇÃO

O presente trabalho intitula-se “A complementaridade entre Mercados e Logradouros como um meio de Revitalização urbana” e tem como objetivo principal criar uma estratégia de intervenção urbana no vale da Almirante Reis que intervenha nos espaços públicos, que conecte Logradouros e Mercados através de percursos, criando uma continuidade de espaços públicos.

Os espaços públicos são fundamentais para a comunidade, uma das funções é edificar e reforçar os laços sociais (Castro, 2002). Ao longo da área de intervenção deparamo-nos com uma população com maior número de idosos comparativamente ao número de jovens e com um elevado número de imigrantes comparativamente com o resto da Cidade de Lisboa. Procura-se uma intervenção centrada nos espaços públicos de modo a evitar o isolamento que muitas vezes acontece nestes segmentos da população.

Pretende-se intervir nos Mercados Públicos e Logradouros da Cidade, com o objetivo de criar uma rede de espaços públicos que possa aproximar a população dos Mercados Municipais. Mais do que uma estratégia focada unicamente no Mercado como tipologia Arquitetónica, pretende-se a criação de uma estratégia urbana. Os Mercados foram causadores de alterações morfológicas nas cidades. Deste modo elaborar-se-á um projeto onde estes possam voltar a assumir um papel de destaque urbano na escala da cidade.

De que maneira se poderá intervir nos Mercados para a criação de um programa mais atual sem que estes percam a sua identidade?

Que Relação se pode criar entre os Logradouros e os Mercados?

A intervenção terá como foco os Mercados de Forno de Tijolo, Arroios e Alvalade Norte, aprofundando a intervenção no espaço envolvente e logradouros envolventes ao Mercado de Arroios. Considerados, muitas vezes, economicamente obsoletos, várias estratégias têm sido implementadas para um melhor aproveitamento das estruturas dos Mercados.

O presente trabalho centra-se na hipótese de manter a identidade do Mercado de Arroios, atribuindo funções complementares no interior do Mercado e nos Logradouros.

A Metodologia de pesquisa apresenta-se estruturada em três pontos fundamentais:

- Observação direta, feita nos Mercados Forno do Tijolo e Mercado de Arroios, para melhor compreensão das realidades e necessidades
- Consulta bibliográfica, com vista a definir conceitos fundamentais para o projeto, incidindo fundamentalmente sobre a exploração de conceitos como espaço público, identidade e revitalização;
- Análise de casos de estudo. Os casos de estudo Convent Garden, Mercado de Santa Caterina, Mercado de San Miguel, Mercado Ferreira Borges e o recente remodelado Mercado de Campo de Ourique tiveram em vista o entendimento das estratégias já implementadas em Mercados. A revitalização de logradouros, teve como casos de estudo o Programa ProEixample Barcelona, e as Duas Casas de Santa Isabel do Arquitecto Ricardo Bak Gordon.

Este trabalho em termos de estrutura desenvolve-se em quatro capítulos. A primeira parte apresenta-se uma contextualização histórica e uma panorâmica atual da área de intervenção. O segundo capítulo equaciona-se o papel dos Mercados na Cidade de Lisboa, focando o Mercado do Forno do Tijolo, Arroios e Alvalade Norte, os quais serão o coração da Estratégia. O terceiro capítulo problematiza os conceitos fundamentais para o trabalho e aborda exemplos relevantes relacionados com a temática dos Mercados. Com estes exemplos relevantes procurar-se-á quais as estratégias que já foram implementadas em Mercados Públicos, nacionais e internacionais, para se perceber como podem ser aplicadas no contexto do vale da Almirante Reis. No final do terceiro capítulo abordar-se-á a temática dos Logradouros. O quarto capítulo é a resposta às questões anteriores, a descrição do Projeto executado e a sua relação com as temáticas anteriormente referidas.

## **CAPÍTULO 1. CONTEXTO VALE DA AVENIDA ALMIRANTE REIS**





## 1.1. CONTEXTO ATUAL VALE ALMIRANTE REIS



Fig. 1 Localização do vale da Almirante Reis na AML.

(Fonte: Candidata, 2014)

O Vale Almirante Reis Situado entre a colina de Sant'Ana e a Colina da nossa senhora da Pena, está inserido numa área consolidada, a área do traçado da Linha verde do metropolitano de Lisboa, e é limitada, abrange as freguesias dos Anjos, Pena e São Jorge de Arroios, as quais formam agora a nova freguesia de Arroios, mais a Freguesia de Areeiro e Alvalade.

Atravessado pela Avenida Almirante Reis é identificada como eixo rodoviário de 2º Nível para o Município de Lisboa, fazendo a ligação entre a 2ª circular e o centro histórico da cidade.

Em termos de evolução populacional, segundo dados do Instituto Nacional de Estatística, dos Censos 2011, a freguesia dos Anjos, Pena e São Jorge de Arroios, abrangiam 14963 residentes, estando a maior concentração populacional situada na freguesia de São Jorge de Arroios.

Observava-se um envelhecimento da população em todas as freguesias, sendo visível que o escalão etário com mais de 65 anos é mais expressivo do que os escalões etários dos 0-14 anos e dos 15-24 anos. Verificava-se ainda, um decréscimo geral da população, principalmente na

freguesia da Pena. Só a freguesia de São Jorge de Arroios era a única que apresentava um crescimento populacional entre 2001 e 2011. O problema do isolamento entre as pessoas com mais 65 anos em Arroios é um fenómeno com alguma expressividade, representando 7,83% do total da população que reside em Arroios (UITC, 2013).

O documento Relatório Unidade de Intervenção Territorial Centro (2013) elaborado pela Câmara Municipal, identifica as forças, fraquezas oportunidades e ameaças das freguesias de Anjos, Pena e São Jorge de Arroios, sendo de salientar as seguintes ideias-força:

-No plano da caracterização da população a multiculturalidade apresenta-se como uma força. A existência de prostituição e população sem-abrigo como uma fraqueza.

-O equilíbrio entre o parque habitacional comércio e serviços é identificado como uma força. Contudo esse equilíbrio encontra-se ameaçado devido à descaracterização, desqualificação, e ao aumento do número de lojas devolutas, denotando-se uma certa falta de capacidade em atrair investidores para a dinamização destes estabelecimentos.

-A implementação de novos projetos prefigura como oportunidades: - A instalação de start's up de empresas no antigo Hospital do desterro, o Fab-lab no Mercado do Forno do Tijolo, a requalificação do Largo do Intendente e a inclusão do Jardim da Igreja dos Anjos no programa Municipal " Um bairro uma praça". Importa destacar, que todas estas atividades enumeradas pelo relatório encontram-se concentradas na zona inferior da Avenida, encontrando-se a parte superior da Avenida a necessitar de investimentos e oportunidades.

-Em termos de mobilidade destaca-se o surgimento de um novo padrão social que promove o uso dos modos suaves de locomoção-bicicleta e pedonal. Contudo, a intensificação do tráfego viário com consequente aumento da poluição do ar e poluição sonora, despromovem os estes meios suaves. As estações de Metro, ao longo da Avenida da Almirante Reis, encontram-se degradadas, sem acesso para mobilidade condicionada, facto que constitui uma das principais barreiras arquitetónicas.

## 1.2. CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA DA ZONA DE INTERVENÇÃO.

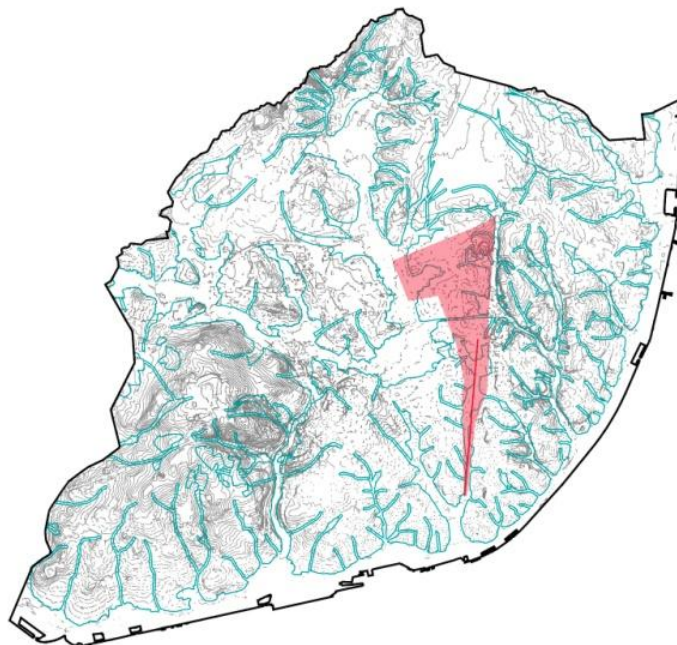


Fig. 2 Localização do Vale da Almirante Reis na Cidade de Lisboa com a indicação de topografia e da rede hidrográfica.

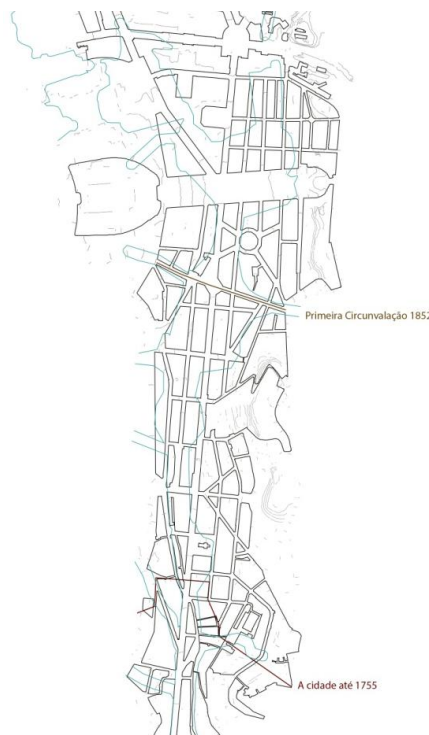
(Fonte: Candidata, 2014)

A Avenida Almirante Reis, situada a este da Colina de Sant' Ana, é o resultado da modernização *de um dos principais acessos da periferia suburbana e rural ao centro da Cidade*, mantendo atualmente em grande parte essa função (Santana and Francisco, 1994).

Os vestígios da existência de uma via neste vale remontam á cidade romana (séc. I, II e III). Uma das vias de Olíssipo, passava onde hoje se encontra o Largo do intendente, e a Rua dos Anjos e seguia em direção a norte, esta paralelamente a um dos afluentes do Tejo, que naquela época se dividia em dois, um afluente seguindo paralelamente onde hoje encontramos Avenida Almirante Reis e outro braço seguindo onde encontramos presentemente a Avenida da Liberdade, vindo ambos a desaguar onde hoje se encontra presentemente a Baixa Pombalina, desaguardo no Tejo o que dava a este vale uma situação privilegiada, tornando-o muito fértil, abundando assim a existência de hortas, prados e quintas.

Em 1375 os limites da cidade foram alterados e a cidade de Lisboa passou a estar cercada pela muralha Fernandina que passava por onde hoje encontramos a Praça do Martim Moniz, sendo esta uma das portas, a Porta de S. Vicente da Mouraria, que permitia a entrada na cidade aos que vinham da zona Norte da cidade (do Lumiar, de Carnide, Loures e Sobral). Mais tarde as portas de entrada na cidade mudaram-se para as Ruas Carlos José Barreiros (Antiga Estrada da Charneca) e Rua Quirino da Fonseca (antiga estrada de Estrada de Sacavém) e aí funcionavam simultaneamente como barreiras alfandegárias e postos de despacho, “Até ao princípio deste século a cidade terminava em Arroios.” (Santana and Francisco, 1994, p. 93)

Até 1880 a cidade de Lisboa encontrava-se estagnada, não havendo alterações demográficas, não sentia a necessidade de se expandir, “A cidade mudava pouco em termos físicos e urbanos” (Moita, 1994, p. 414).



**Fig. 3 Indicação dos Limites da Cidade de Lisboa ao longo da Avenida Almirante Reis**

(Fonte candidata, 2013)

No séc. XIX começam a surgir os principais planos urbanísticos de expansões das cidades europeias. Em 1855 surge o Plano de Cerdá para a expansão de Barcelona para além dos limites da cidade medieval, por entre o edificado já existente abriram-se novas avenidas e construíram-se grandes espaços públicos, por sua vez, o plano de Haussman (1850/1870) veio alterar a estrutura jexistente da cidade de Paris. Em Lisboa a criação de um plano de expansão, só começou quando Frederico Ressano Garcia ocupou o lugar de Engenheiro chefe da Repartição Técnica da CML (1874). Os projetos que executou na cidade (Plano das avenidas novas apresentados à Câmara em 1888 e aprovados apenas em 1904) dividiram-se essencialmente em 3 zonas: 1ª zona, destaca-se o projeto para o parque da Liberdade (atual Parque Eduardo VII); 2ª zona: o conjunto de Picoas e a 3ª zona: o conjunto da Avenida da República. Embora estes tenham sido os projetos com maior relevância, houve ainda a extensão até Alcântara da avenida 24 de Julho e o projeto para a criação da Avenida dos Anjos, plano de 1900 (Renomeada Avenida Almirante Reis em 1910).

Este último, consistia no prolongamento da Rua da Palma terminando na Praça do Chile, e suas respectivas margens, fazendo uma importante articulação com a Estrada de Circunvalação, onde hoje encontramos a Rua Morais Soares, ou ligando-se com Avenidas Novas também através da Avenida da Índia (atual Duque de Loulé).



Fig. 4 Plano da Avenida dos Anjos 1900

(Fonte: [www.museudacidade.pt](http://www.museudacidade.pt) )

Em termos urbanísticos a Avenida dos Anjos, devido à sua topografia, mais acidentada comparativamente com as avenidas novas, levou ao encontro de soluções mais tradicionais, menos rígida e racionalista que nas Avenidas Novas, apenas se alargando ou regularizando caminhos já existentes. São exemplos, a apropriação da Avenida Morais Soares pela já existente Estrada de Circunvalação, ou a ligação entre a Avenida dos Anjos e a Penha de França que na Rua Marques da Silva manteve a sua forma ondulada. Este modo de intervenção levou posteriormente Ressano Garcia a ser acusado de pouco empenho nas zonas mais “Pobres” da cidade, (Moita, 1994). Estas acusações deviam-se à comparação entre as obras efetuadas nas Avenidas Novas e no Vale dos Anjos, contudo sendo essas acusações sem fundamento por dois motivos: primeiramente o programa para as Avenidas Novas era autossustentável devido à venda de Lotes; o segundo motivo prendia-se com as pré-existências presentes ao longo do Vale dos Anjos, que dificultavam as expropriações, enquanto nas Avenidas Novas as pré-existências eram mínimas.

Ao mesmo tempo que se desenvolviam as Avenidas Novas, cresciam em torno da Avenida Rainha Dona Amélia (Anteriormente Avenida dos Anjos, e mais tarde Avenida Almirante Reis), bairros como o das Colónias, da Inglaterra, dos Açores e Rua Morais Soares, indicados para uma classe de mais baixos recursos económicos. O Módulo base desses bairros era o prédio de rendimento, que a partir da crise republicana, se generaliza para um novo sistema o do prédio para venda (Moita, 1994).

Esta Avenida foi lugar habitual de ajuntamentos e manifestações dos Republicanos entre 1908 e 1910. Com a instauração da República no ano de 1910, o município republicano procura substituir os nomes das individualidades demasiado comprometidas com o antigo regime, homenageando assim quem tinha contribuído para a implantação da República, passou assim esta avenida a intitular-se Av. Almirante Reis em recordação de um grande político / militar republicano, o Almirante Carlos Cândido dos Reis (1852- 1910). A Revolução foi marcada para o dia 4 de Outubro sob sua responsabilidade. Porém ao julgar iminente o fracasso da implantação da República, suicidou-se, e o seu corpo foi encontrado junto ao Hospital de Arroios. O sentimento de luto por parte dos republicanos, por quem decidira morrer julgando morta a Revolução que planeava, conduziu à consagração deste nome na toponímia da Cidade, um mês após a Implantação da República- 5 de Outubro de 1910 (C.M.Lisboa ;Toponímia de Lisboa).

Entre 1910 e 1920, Lisboa esteve entre crises internas (Lutas partidárias) e externas (Grande Guerra), mas a partir da década de 1930 pela mão do renovador Duarte Pacheco, começam a

surgir planos viários e de novos equipamentos para a cidade, entre eles o prolongamento do eixo da Avenida Almirante Reis para além de Arroios. Surgiram também grandes equipamentos, como o instituto superior técnico (Arq. Pardal Monteiro, 1927-1935). Por consequência aparece a Alameda D. Afonso Henriques, terminando esta a Este com a Fonte Monumental, que além de valorizar o complexo de edifícios construídos, vinha proporcionar um excelente miradouro da obra realizada e em 1952 é inaugurado o Grande Cinema Império.

Na década de 30 começou a surgir os primeiros planos com vista a uma melhor integração da Avenida Almirante Reis na Baixa pombalina, os principais objetivos passavam por facilitar o trânsito e promover uma ação de renovação da área central que se encontrava degradada (Moita, 1994). Na década de 40 a Câmara Municipal de Lisboa dá lugar a um conjunto de expropriações e demolições do tecido urbano que ocupava a zona inferior deste vale, preservando apenas a capela da Nossa Senhora da Saúde. Foram assim demolidos: o Arco do Marquês do Alegrete, palácios, habitações, restos da muralha fernandina. Durante várias décadas, “ (...) durante 30 anos, o Martim Moniz dormiu sobre os seus próprios escombros. Prostituição, bares e rixas subiram até ao Largo do Intendente ” (Dias, 1991), seguiram-se propostas e estudos sem que praticamente nada se tenha realizado. O primeiro estudo para a área do Martim Moniz, da autoria de Faria da Costa de 1948, propõe uma grande praça retangular semelhante à do Areeiro, colocando uma nova estrutura que nada tem a ver com o tecido envolvente, pretendendo a criação de um espaço monumental. Deste plano apenas foi concretizado o Hotel mundial, permanecendo o resto da Praça num vazio deixado pelas demolições (Lamas, 1982).

A praça do Areeiro começa a ser projetada em 1938 por Cristiano da Silva, mas só é terminada em 1949. Esta praça era então encarada como praça organizativa e distributiva da recente cidade Salazarista (C.M.Lisboa, 1999) e foi concebida com duas funções específicas: a da criação de um remate visual ao eixo viário da recém-ampliada Av. Almirante Reis; e com a função de definir um primeiro marco para quem chegasse à cidade vindo do então recém-construído Aeroporto (C.M.Lisboa, 1999).

O bairro do Areeiro e de Alvalade são criados no início da década 40 para resolver problemas habitacionais e com o objetivo de descentralizar serviços e população para a periferia, estes dois bairros foram responsáveis por realojar habitantes provenientes da zona de renovação urbana do Martim Moniz (Ferreira, 1994). Entre 1940-1945, e implantada nos dez anos seguintes, surge o plano de urbanização da Zona da Av. Alferes Malheiro (Bairro de Alvalade), projetado pelo arquiteto Faria da Costa. Este plano fez a continuação do eixo da Avenida Almirante Reis através da Avenida Gago Coutinho ligando esta com o Aeroporto e com a 2ª circular.



Fig. 5 PDM de Lisboa 1967 (Fonte: [www.cm-lisboa.pt](http://www.cm-lisboa.pt))

Em 1965 é definida a área do Martim Moniz como área de intervenção prioritária, é visível no PDM de Lisboa 1967, e no PDM de Lisboa de 1967 a proposta de elaboração de uma via em túnel que ligasse a Rua da Palma à avenida da Liberdade, transformando a zona onde hoje se encontra a Rua da Palma num nó viário, mais uma vez são elaborados estudos, desta vez pelos Arquitetos Paiva Lopes e A. Barros da Fonseca, nada é concretizado.

Em 1980 a Empresa publica de urbanização de Lisboa, promove um concurso Público para a renovação urbana do Martim Moniz no qual a escolha final recai sobre as propostas de Carlos Duarte e José Lamas (1982-1987).



## **CAPÍTULO 2. OS MERCADOS NA CIDADE DE LISBOA**



## 2.1. CONTEXTO HISTORICO DOS MERCADOS DA CIDADE DE LISBOA



Fig. 6 Mercado da Ribeira Velha

(Fonte:<http://arquivomunicipal.cm-lisboa.pt/>; Código de Referencia: PT/AMLSB/MNV/S00470)

A prática mercantil de Lisboa nasceu pela Encosta do Castelo, quando só ainda existiam na cidade poucas casas, realizava-se ao ar livre por vezes protegidos com tendas ou estruturas de abrigo. O primeiro mercado em Lisboa fazia as suas transações dentro das muralhas, vendia vegetais e peixe, e só mais tarde a venda de vegetais se deslocaria para fora das muralhas, mudando a sua localização para junto das Portas da Ribeira. O mercado da Ribeira Velha era uma área de bancas protegida com tendas, situava-se junto á casa dos Bicos.

Nos finais do século XIX, a zona ribeirinha de Lisboa possuía vários espaços destinados às trocas comerciais de produtos. Existia então o Mercado do Pinho, o mercado do carvão, o mercado do azeite e o Mercado da Ribeira Velha, junto ao campo das cebolas, chegou a coexistir muito próximo do Mercado de ver-o-peso.

Surge, em Lisboa, no final do séc. XIX as primeiras estruturas cobertas construídas para albergar os mercados, até então todos localizados ao ar livre. Segundo Delgado (2010), os mercados, como tipologia arquitetónica, assumiam assim uma elevada importância quer

económica quer social, levando a alterações morfológicas nos espaços da cidade, contribuindo, também para uma evolução a nível tecnológico dos materiais empregues.

Em 1860 surge uma proposta de criação de um mercado central de produtos agrícolas, que vinha complementar o já existente mercado agrícola no Terreiro do Trigo, vendia flores, arbustos e aves exóticas, proposto ser localizado onde é hoje a parte superior do Largo Luís de Camões, teria a forma de uma semi-elipse, e viria colmatar diferenças nas cotas entre a rua do Loreto e a Rua da Horta seca, mas segundo Delgado (2010) possivelmente este projeto não chegou a ser executado. Outros mercados surgiram como, o mercado de flores na avenida da Liberdade, O mercado do Largo do Corpo Santo situado em frente ao Arsenal da Marinha (Delgado, 2010).

Nesta época os mercados volantes eram fundamentais no abastecimento de Lisboa, ao longo do último quartel do século XIX, A companhia dos Mercados e Edificações Urbanas foi dotando a cidade de vários edifícios que se destinavam a juntar as bancas espalhadas pela cidade (Dias,1991). À medida que a cidade ia crescendo existia não só a necessidade de dotar as novas áreas destes equipamentos, como cada vez mais aumentar as condições de higiene e salubridade, usando como modelos os mercados que existiam, em Inglaterra, França ou Espanha. Os mercados com estrutura em Ferro e cobertos surgem em Lisboa, muito depois em relação aos países referidos anteriormente.

O Mercado da Ribeira Nova ou Mercado 24 de Julho é inaugurado em 1882, com um projeto da autoria de Ressano Garcia, substituindo o antigo Mercado da Ribeira Velha. Tendo mais tarde à sua frente o mercado do peixe, o qual só teria um projeto definitivo datado de 1911. Surgem entretanto outros mercados cobertos na cidade, no lado oriental da cidade o Mercado de Santa Clara (1877), este é o único exemplo existente das antigas praças de Lisboa (Dias, 1991). No lado ocidental, o Mercado de S. Bento (1881).

O Mercado da Praça Figueira surge em 1775, no espaço vazio no casco da cidade, pós-terramoto, marcando esse espaço para a futura instalação do mesmo, este tinha como objetivo juntar as vendedoras de frutas e hortaliças. Assim surge em 1855 o primeiro projeto para este mercado coberto, mas apenas em 1885 foi a inauguração do mesmo, tendo mesmo chegado a ser proposto e começado a ser construído, em vez da construção do Mercado da Figueira, o Mercado Central ou Mercado da Avenida, que iria ser localizado entre as Ruas Barata Salgueiro, Mouzinho da Silveira e Rosa Araújo, mas o tribunal administrativo decidiu a favor do Mercado da Figueira, por não ser viável manter dois mercados em atividade a servir a

mesma população e o mercado Central se encontrar previsto para um terreno mais distante, a norte da avenida, onde ainda não existia população residente. Em 1947 surge o primeiro despacho para desocupação do mesmo com vista a permitir a ligação viária da Avenida Almirante Reis á Baixa (Delgado, 2010).

Com o surgimento de novos bairros e a expansão da cidade para o lado Ocidental, surge o mercado de Alcântara com vista a colmatar as necessidades da população, um projeto datado de 1887, que não se sabe se terá sido construído. Posteriormente surge outro projeto para o mercado coberto de Alcântara, que data a inauguração de 1905, o qual foi demolido nos anos 50 (Delgado, 2010).

Em 1877 a Câmara Municipal de Belém decide construir um Mercado Coberto para a venda de peixe e outros géneros alimentícios, este edifício surgiu entre o Largo dos Jerónimos e de Belém coexistindo com a Feira de Belém que se realizava nos meses de Verão. Quando foram iniciadas as obras para a Exposição o Mundo Português em 1940, a estrutura do Mercado foi transferida para onde está atualmente o Parque Urbanos da Serafina (Delgado, 2010). Posteriormente surgiu o Mercado Campo de Sant'ana com projeto datado de 1901. O Matadouro Municipal de Lisboa foi inaugurado em 1863, este era o único no país devido às condições de higiene e salubridade, acabando mesmo assim por ser demolido nos anos 50 para dar lugar ao Mercado 31 de Janeiro.

O Mercado geral de gados teria como objetivo inicial uma localização perto do Matadouro Municipal, mas este acabou por ocupar terrenos entre o Campo Pequeno e o Campo Grande (Entrecampos). As obras do mesmo começaram em 1887 e 13 meses depois foi inaugurado.

A demolição deste mercado foi consequência do projeto para a construção da Feira Popular de Lisboa, em 1961. Parte da ala direita foi, utilizado para o cinema da Feira Popular e do teatro Vasco Santana (Delgado, 2010).

Em 1925 existiu em Lisboa “ A grande Festa dos Mercados” o acontecimento passava-se no Rossio e comemoraria a Historia das Feiras do Rossio. Nos anos 20, “ muito do gosto alfacinha passava efetivamente pelos mercados” (Dias,1991).

Podemos observar no gráfico abaixo três momentos na história da cidade de Lisboa onde houve um aumento do número de construções de mercados, a década de 1880 a 1889, e a época de 1940 a 1969. Como já referido, até á década de 1880 a cidade encontrava-se estagnada sem necessidade de se expandir, esta época representa a entrada de Ressano Garcia para a CML e a apresentação do Plano das avenidas novas apresentados à Câmara em 1888. Vemos no gráfico em baixo um pico de estruturas de mercados levantes em 1949, no dia seguinte à demolição do Mercado da Praça da Figueira (1949), houve a necessidade de recolocar os comerciantes que estavam anteriormente nesta praça. Foram inaugurados 3 mercados provisórios, Alvalade sul, Mouraria e Penha de França, mantendo-se até aos dias de hoje o Alvalade Sul, que funciona como o único mercado de levante de Lisboa (C.M.Lisboa, 2013).

Na década de 50 começam a ser instalados mercados em Edifícios discretos, é o caso dos Mercados de Forno de Tijolo, Arroios e Chão do Loureiro. Os anos 60 correspondem a um pico no número de construções de mercados na cidade de Lisboa. A população de Lisboa continuava a aumentar, havendo a necessidade de expandir a cidade, houve a criação de novos bairros, como por exemplo a criação do bairro Padre Cruz em 1959 e a construção dos Olivais.

#### GRÁFICO DE ANÁLISE DAS DÉCADAS DE INAUGURAÇÃO DOS MERCADOS DE LISBOA

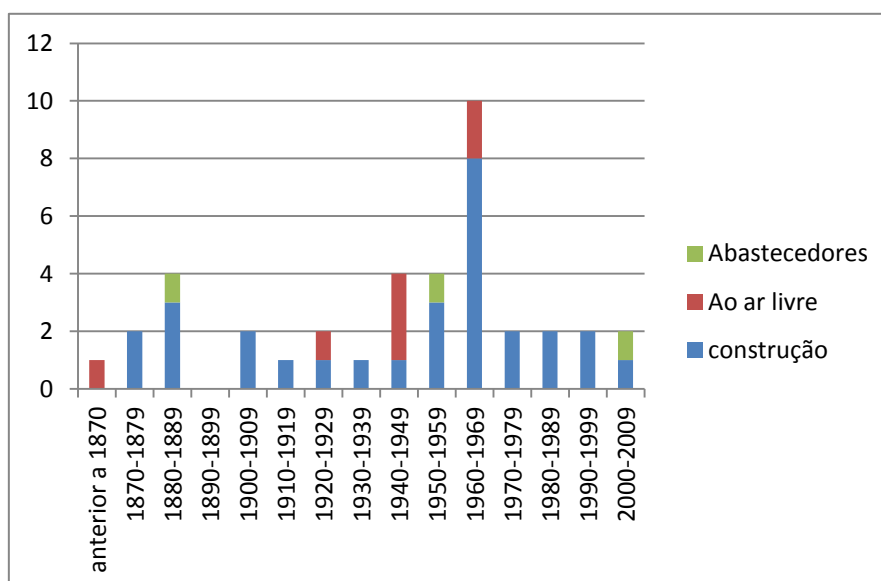
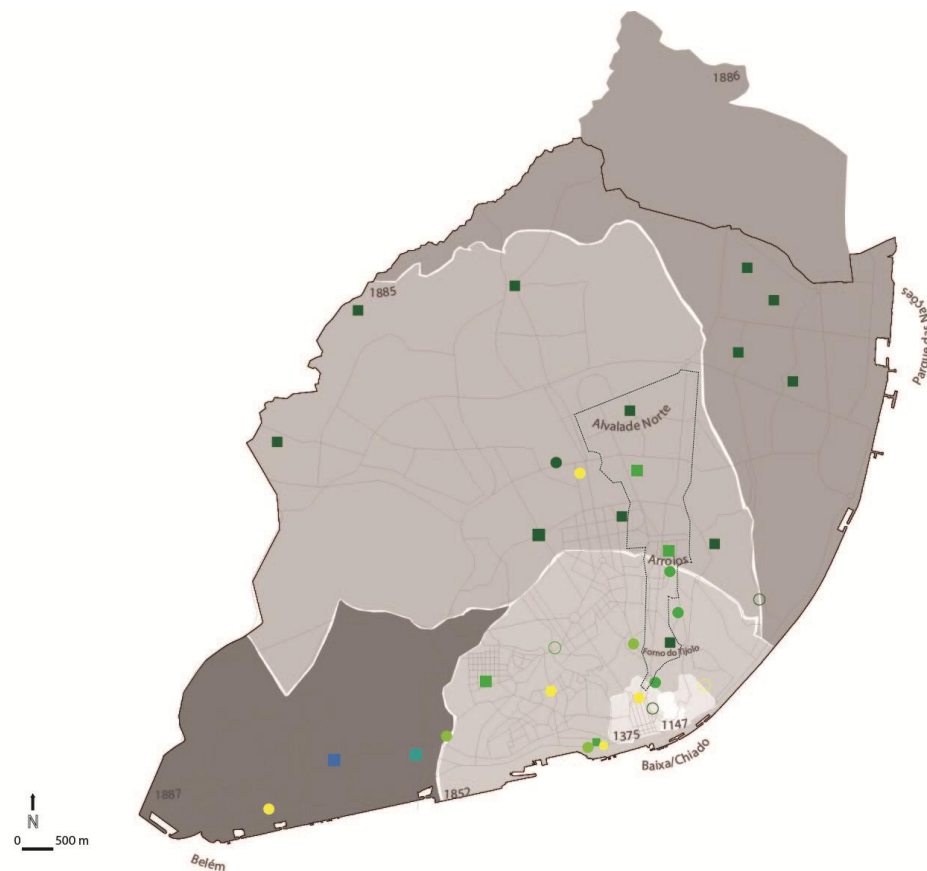


Fig. 7 Gráfico (Fonte: candidata 2013)

O Mapa da figura 8 mostra os mercados existentes na cidade de Lisboa, assim sendo, podemos perceber que a implementação de mercados relaciona-se diretamente com a expansão da cidade, sendo evidente que os mercados recentemente construídos se localizam nas últimas zonas de expansão da cidade.

Em alguns países europeus a revitalização das estruturas e a gerência dos Mercados representavam demasiados custos para as Cidades, tendo sido entregues a entidades privadas, como é o caso do Mercado de San Miguel em Madrid. No caso das estruturas de Mercado desativadas no centro da cidade de Lisboa, foram cedidas para outros fins, ganharam outras



Limites administrativos da cidade de Lisboa e a criação e desenvolvimento de Mercados em Lisboa



**Fig. 8 Mapa sobre a Relação entre a criação de Mercados na Cidade e a sua expansão.**

(Fonte: Candidata, 2014)

funções, como por exemplo o mercado Chão-de-Loureiro que se transformou em estacionamento e supermercado. O mercado de Santa Clara é a estrutura mais antiga de mercado ainda existente na cidade de Lisboa, sem manter a sua função original. Sendo que os Mercados mais antigos que continuam ativos com a sua estrutura original e função original: o Mercado da Ribeira (1882), o Mercado de Campo de Ourique (1934) e o Mercado de Arroios (1942). O Mercado Rato, (1927), situado dentro de um quarteirão, apesar da sua localização privilegiada acabou por perder clientes, degradar-se e fechar.

Reconhece-se a importância para a manutenção dos mercados ativos na cidade a sua localização junto de uma boa infraestrutura de transportes, a proximidade da comunidade, bem como o protagonismo urbano destes edifícios na cidade de Lisboa. O facto destes mesmos serem reconhecidos como icónicos, isto é elemento cativador para os habitantes da cidade e para turistas.







## 2.1. MERCADO DO FORNO DO TIJOLO



Fig. 10 Desenho da entrada do Mercado Forno do Tijolo.

(Fonte: Candidata 2013)

O mercado forno do Tijolo foi inaugurado em 1956. Atualmente este espaço encontra-se progressivamente a deixar de ter funções de Mercado, e os vendedores a retirar-se deste espaço, com vista a que este adquira novas funções. Neste momento já podemos encontrar associados ao Mercado, nomeadamente a Junta de freguesia dos Anjos, uma Universidade sénior e um supermercado. A Câmara Municipal de Lisboa em Julho de 2013, pretendendo estimular a inovação e a criatividade abriu neste mercado o Fab-Lab. O Fab-Lab é “...uma plataforma de fabricação digital que encoraja os empreendedores locais e a comunidade a colocar as suas ideias em prática, desde a fase de desenho até à fase de protótipo, incentivando-os a criar pequenos negócios locais.” (INTELI , 2012).



Fig. 11 Fotografia da construção do Mercado do Forno do Tijolo 1949.

(Fonte: <http://arquivomunicipal.cm-lisboa.pt/> 2013. Código de referência: PT/AMLSB/AVZ/100021).

Este espaço tem em vista atrair população Jovem e promover uma nova dinâmica. A nave central do Mercado, ainda ocupada, com alguns vendedores está prevista tornar-se um co-work.

Nas observações registadas no local, concluiu-se que o espaço exterior encontra-se muito degradado sem mobiliário urbano, e com elevada presença do automóvel, não permitindo aos utentes que frequentam as diversas atividades de permanecer e usufruir do espaço público em redor do Mercado. Foi perceptível um numero elevado de estrangeiros que passam por este espaço. No interior da Nave Central, muitas bancas e lojas já se encontram vazias e ao abandono devido ao processo de mudança de funções para co-work.



**Fig. 12 Fotografias do interior e do exterior do Mercado Forno do Tijolo.**

(Fonte: Candidata, 2013)



**Fig. 13 Fab-Lab localizado no Mercado do Tijolo**

(Fonte: <http://fablablisboa.pt>, 2013)

## 2.2. MERCADO DE ARROIOS



Fig. 14 Desenho do Mercado de Arroios (Fonte: Candidata, 2013)

Em 1942 foi construído o mercado de Arroios pela “Sociedade de Construções Amadeu Gaudêncio” e projetado pelo arquiteto Luiz Benavente com o objetivo de substituir o Mercado do Poço dos Mouros considerado anti-higiénico. Classificado inicialmente como mercado retalhista, mais tarde desempenhou as funções de mercado abastecedor de legumes, passando á categoria de mercado misto.

*“Dispunha de 31 lojas destinadas a talhos, salsicharias, venda de frutas, lacticínios, etc., e de 300 lugares de venda. No subsolo foram instalados um matadouro de aves, tulhas, cantinas e frigoríficos, para carne, peixe, caça, aves, frutas, hortaliças. Aqui também existem lavabos e chuveiros para utilização dos vendedores, público e pessoal; arrecadação para produtos e vestuários dos vendedores, devidamente numerados e uma cantina.” (Leite, 2012)*

Nos dias de hoje o mercado de Arroios continua a desempenhar um papel importante para os moradores da zona, mas a maioria dos que o visitam são pessoas idosas, sendo notória a perda de clientes assim como a degradação da infraestrutura. Ressaltam dois cafés, que ainda sobrevivem, afigurando-se como os espaços com mais vida neste Mercado.



Com um horário pouco flexível, das 7h às 14h, apenas as lojas que dão para o exterior mantêm a vida deste espaço durante a tarde, poucas ainda permanecem abertas. O piso inferior



Fig. 15 Fotografias do mercado de Arroios 1942 e 1946. (Fonte: Leite,2012)



Fig. 16 Fotografias do Mercado de Arroios em 2013 (Fonte: Candidata, 2013)

encontra-se vazio e degradado, à noite a única presença que se observa no espaço público em torno do mercado são os sem-abrigo, que aproveitam as reentrâncias do edifício para se abrigar do frio e da chuva. A acrescentar a isto o espaço público em redor do Mercado encontra-se repleto de automóveis.

## 2.4. MERCADO DE ALVALADE NORTE



Fig. 17 Desenho do Mercado de Alvalade Norte.

(Fonte: Candidata, 2014)

Inserido dentro do plano de urbanização da Zona da Av. Alferes Malheiro (Bairro de Alvalade), o Mercado de Alvalade Norte foi inaugurado em 1964, 3250m<sup>2</sup>, inaugurou-se com 219 lugares de venda. O projeto foi da autoria do Arquiteto Fernando da Costa Belém. Atualmente tem cafetaria, restaurante, uma zona de venda de pescado, zona de venda de hortícolas, lojas de roupa e florista. Atualmente dentro da Cidade de Lisboa, mesmo não tendo sido objeto de intervenção profunda, é um dos Mercados com mais vitalidade, a par do Mercado de Benfica.

O forte comércio local que prevalece na envolvente e em todo o Bairro de Alvalade e os serviços de restauração virados para o exterior é um componente que reforça a vitalidade do Mercado de Alvalade Norte. O horário de funcionamento limitado, das 7 horas às 14 horas, diminui a vitalidade do espaço interior do Mercado.



Fig. 19 Mercado de Alvalade em 1964

(Fonte: <http://arquivomunicipal.cm-lisboa.pt/> 2013, Código referência: PT/AMLSB/AJG/S01180)



Fig. 18 Fotografia Mercado Alvalade Norte

(Fonte: Candidata, 2014)



## FICHA DE OBSERVAÇÃO

Observações feitas no início do projecto, com vista a entender o local e criar uma linha de desenvolvimento.

Local	Ponto de observação	Dia/Hora	Ausentes	Presentes	Mobiliário Urbano/ Estado do espaço	Comércio existente/ Atividades	Observações
Mercado Arroios	Interior	30/4/2013 11h	Idade <30	Consumidores <50 Vendedores 40/50 anos	-Lojas exteriores e piso inferior vazio -Espaço desadequado aos dias de hoje -Não permite a permanência, como por exemplo não tem espaços para sentar	Café; Engomadoria; Cabeleireiros; Florista Venda de: Legumes, Peixe, Carne	-Ponto de encontro do Bairro -Vendedora de Peixe diz "O Problema é que os velhos morrem e os novos não veem ao mercado" ou seja não há renovação da população consumidora
	Exterior	16/7/2013 13:20h	Idade <18	Idade <18> 60 -Jovens -Homens de Fato e gravata -Uma Senhora indiana -Brasileiros	-Pouco mobiliário urbano, não há lugares para sentar. -Observa-se que dois idosos aproveitam a sombra das entradas do edifício e sentam-se em caixas	-Poucas esplanada viradas para o exterior	-Transito confuso -Estacionamento insuficiente - Várias Carrinhas de Mercadorias -As Bancas começam a ser arrumadas, não se veem compradores.
Mercado Forno do Tijolo	Interior	30/4/2013 12:30h	Idade <50	Idade <18	Não á espaço para sentar. -Espaço limpo mas não apelativo á permanência.	Lidl Adega Pastelaria Peixaria Fruta Ovos	-Maioria das Bancas fechadas Os carros ocupam o espaço Público. -Contem uma Piscina, Universidade Senior, e Junta de Freguesia.
		4/5/2013 11h	Idade >20<30	Interior: Muito pouca gente Idade >50 Exterior: Movimento em direcção ás piscinas Lidl: Cheio com pessoas entre os 30 e os 60			Muito transito ao longo do espaço público
	Exterior	16/7/2013 14:30h	Idade <30	Ve-se alguns jovens a passar, e os funcionários do espaço.	- Mobiliário urbano inexistente -os carros ocupavam o espaço público	Local vazio.	O espaço interior do Mercado já se encontrava fechado
Regueirão dos Anjos	Feira das Almas	4/5/2013 12h	Idade >50	Idade entre os 18 e os 30		Flea Market	-Cheio, espaço insuficiente para a procura -Jovens Apropriad-se do espaço exterior para estar
	Espaço exterior	16/7/2013 14:00h	Idade >18	- Jovens entre os 18 e os 30 - Um casal de Idosos -Homens de fato e gravata	- Mobiliário urbano inexistente -Espaço sujo e não cuidado - Casal de idosos senta-se na ombreira da porta para dar milho aos pombos.	- Garagens - entradas traseiras de edifícios	- Jovens Ocupam as garagens para atividades (arranjar bicicletas, jogos) - Observa-se uma pessoa a passar de bicicleta



## **CAPÍTULO 3. ESTADO DA ARTE**



### 3.1. ESPAÇO PÚBLICO



Fig. 20 Fotografia do Largo do Intendente

(Fonte: Candidata 2013)

#### 3.1.1. UMA ABORDAGEM AO CONCEITO DE ESPAÇO PÚBLICO

O espaço público resulta dos usos que lhe atribuem: um lugar onde qualquer um pode aceder; circular livremente; um ponto de encontro para pessoas com comportamentos e culturas diferentes. O espaço público pode também estar associado ao conceito de risco, porque se por definição é público, é um local acessível a todos, com diferentes conceitos de vida, passível de gerar choques culturais, ideológicos, religiosos (Cattell et al., 2008). O espaço público tem um papel fundamental para as diferentes manifestações religiosas; a sua apropriação do espaço público e o simbolismo do ritual contribuem para a diferenciação cultural. Segundo Cordeiro (2008) são os rituais-performance de rua que fortalecem a diferenciação cultural local. Demonstrações que são tão importantes para Católicos, Hindus entre outros.

Os espaços públicos são fundamentais para a cidade e para qualidade de vida dos indivíduos. Quem mais necessita da utilização do espaço publico, de qualidade e acessível é normalmente quem tem mais dificuldade em aceder a este - As crianças, os pobres, os imigrantes recentes (Borja and Muxl, 2003).

Indovina (2002) afirma que *“o espaço público é a cidade”* (Indovina, 2002 p.119) perspetivando a este propósito, três pontos de vista:

- Os espaços públicos são uma condição intrínseca á existência da própria cidade.
- Constituem fatores de identificação, trazendo um sentido aos lugares.
- São os lugares de socialização, de encontro, de manifestações sociais, culturais e políticas.

São assim fundamentais para o funcionamento de qualquer cidade. Têm especial importância em países mediterrâneos onde as pessoas tratam-nos com uma continuação das suas próprias casas, passando a rua a ser um ponto estratégico importante de encontro, observação e conversa (Cordeiro and Vidal, 2008). Os espaços públicos têm como principal função edificar e reforçar laços sociais (Castro, 2002), são muito mais do que um espaço deixado entre espaços privados, *“O espaço urbano só se torna público quando é investido de significado”* (Andrade et al., 2009 p.132), passando a ser principalmente caracterizado pelas ações que lhe atribuem um sentido de lugar.

Segundo Carmona (2003) os espaços públicos podem se dividir em três categorias diferentes:

1. Os externos- espaços deixados entre propriedades privadas, são exemplos em áreas urbanas, as Praças Públicas, Ruas;
2. Os internos- Instituições públicas como, Bibliotecas, Mercados, Museus, Estações de comboios, Aeroportos;
3. Externos e internos quasi-“public”- Legalmente são considerados privados, os donos detêm o poder de regular o acesso e o comportamento nestes espaços, mas fazem parte integral da vida pública da população. São exemplos, os centros comerciais, restaurantes, cinemas, etc.

Ferreira (2002) indica que para além da observação do desenho dos espaços públicos é preciso observar os tipos de ocupação do mesmo, de modo a entender as relações complexas que aí ocorrem. O autor identifica assim, quatro dimensões do espaço público -Contexto Urbano, Urbanística e Arquitetónica, Configuração funcional e Apropriação/ Mobilidade. Estas, dividem-se em várias componentes de análise. Sendo estas importantes para avaliar o impacto do espaço público no contexto urbano (Ferreira, 2002).

Os espaços públicos são o palco da sociabilidade, “a existência do espaço público é condição para a socialização” (Indovina, 2002 p.119) , contribuem para a necessidade de segurança, identidade, e sentido do lugar, aspetos que irei desenvolver mais à frente.

Importa perceber a relação entre as pessoas e o espaço público, pois hoje em dia não basta conectar edifícios, interessa sobretudo conectar pessoas e atividades/eventos. Embora a estrutura física de um espaço público não tenha influência automática e direta, na qualidade, conteúdo, e intensidade da sociabilidade, os Arquitetos podem criar condições e dotar o espaço de qualidades que possam afetar a possibilidade de existir essa sociabilidade.

### 3.1.2. VITALIDADE E SEGURANÇA NOS ESPAÇOS PÚBLICOS

O declínio de muitos espaços públicos desde há algumas décadas deve-se a vários fatores salientando a alteração dos meios de mobilidade com o papel dominante do automóvel mas também de outros meios de transporte; à importância das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC) e à transferência de funções, que anteriormente lhe estavam associadas, para recintos privados. Existe assim uma tendência para a sua degradação física funcional, que são a causa para um decréscimo de funções que lhe estavam inerentes (Indovina, 2002).

Os espaços públicos tradicionais não se adaptaram ao modo de vida urbano atual. Observa-se, uma diminuição da sua utilização e um consequente aumento da insegurança, ficando estes sujeitos a um ciclo vicioso negativo.

O processo cíclico pode acontecer também de forma positiva, assim *something happens because something happens* (Gehl, 2011 p.75), mas se *nothing happens because nothing happens* (Gehl, 2011 p.75) o espaço público deteriora-se, e torna-se deserto, onde ninguém quer estar. Quando o medo se instala, todos se afastam desses espaços públicos, e o ciclo vicioso fica completo. Importa destacar dois conceitos principais referentes ao aumento da segurança no espaço público:

-O conceito de “street watching” (Gehl, 2011) defende que se há muitas pessoas no mesmo espaço público (uma Vitalidade elevada) este fenómeno funciona como fator de proteção mútua. Se esse espaço é muito frequentado, as pessoas passam a observá-lo das suas janelas, atraídas por esse movimento;

-O conceito “eyes on the street” (Jacobs, 1961), estes “eyes” pertencem aos naturais utilizadores do espaço público, residentes, frequentadores habituais, entre outros. O conceito defende que uma rua movimentada consegue manter a segurança; assim quanto mais frequentada é a rua maior é a vigilância sobre esta, pois a segurança é mantida por uma rede quase inconsciente, de controlos e padrões de comportamento espontâneos;

Cattell (2008) refere que a segurança é uma necessidade psicológica e esta é fundada na criação de relações de confiança. Uma cidade segura não se obtém com militarização ou policiamento mas sim através da socialização do espaço (Indovina, 2002). A falta de segurança deriva de uma diminuição da socialização nos espaços públicos (Indovina, 2002).

Para contrariar o declínio e conseguir espaços públicos mais seguros é necessário promover algumas condições, a saber:

- O aumento da Vitalidade (definido mais à frente, segundo o autor Jan Gehl);
- A criação de espaços inclusivos, onde ninguém seja privado nem por barreiras físicas nem por barreiras culturais.
- Maior tolerância, advém do encontro com outros cidadãos com comportamentos e culturas diferentes, e não da criação de espaços monoculturais e estereotipados. Com a falta de presença de indivíduos com ideias diferentes e condutas diferentes, o espaço público perde o seu carácter democrático e pode tornar-se num espaço de confronto e de conflito (Shaftoe, 2008). Os espaços públicos têm um importante papel no aumento da tolerância, criando oportunidades para o encontro de diferentes cidadãos.
- A criação de espaços públicos mais agradáveis, no duplo sentido desta palavra, confortáveis e propícios à urbanidade; abertos à copresença de indivíduos e de grupos diversos e ao exercício de diferentes funções (Ascher, 1998).

Borja (2003) refere que o elemento mais importante para garantir o uso do espaço público é a diversidade, quer de cidadãos, quer de funções; ou seja, promover a diversidade e a multifuncionalidade é dar ao espaço público um potencial evolutivo.

Jacobs (1961) defende que para haver vitalidade numa cidade é necessário haver diversidade, complexidade e densidade de usos, que permitam uma sustentabilidade quer económica quer social. Mais recentemente Carmona (2007) acrescenta que é necessário que as cidades



proporcionem diferentes tipos de espaços, mas que a vitalidade não pode ser o único objetivo de um projeto.

Para Gehl (2011) a vitalidade de um espaço público está dependente da presença de um elevado número de atividades opcionais e sociais. Com efeito, os espaços públicos onde as pessoas possam interagir, são sempre mais estimulantes, porque são ricos em experiências, em contraste com espaços que não são movimentados. Gehl (2011) Classifica as atividades que ocorrem no espaço público em três categorias, cada uma com diferentes exigências ao nível do espaço público:

-Atividades Necessárias- atividades mais ou menos obrigatórias, tarefas do dia-a-dia, os participantes não tem escolha, o fator influência é a localização física. São independentes do clima externo e ocorrem durante todo o ano, são exemplo: ir para a escola, fazer compras, esperar pelos transportes;

-Atividades Opcionais- são realizadas voluntariamente, apenas se o espaço e o tempo o permitirem e se o clima e a localização forem convidativas, são exemplo, dar um passeio, tomar um café, e outros;

-Atividades Sociais- dependem da presença de outros no espaço público, podendo ser estas também apelidadas de atividades resultantes, ocorrem espontaneamente como consequência direta da necessidade de movimentação das pessoas. Este tipo de atividade é suportado onde as atividades necessárias e opcionais oferecem melhores condições.

Para que as atividades sociais possam ocorrer no espaço público, importa incutir um certo sentimento de familiaridade com o espaço, assim como, o uso regular do mesmo, uma percepção positiva do espaço, um sentimento de bem-estar para com os outros utilizadores, e a duração desse mesmo espaço ao longo do tempo (Cattell et al., 2008). Quando as condições do espaço público não são agradáveis apenas as atividades necessárias ocorrem.

A insegurança, que hoje identificamos com a vida quotidiana de muitas cidades, é um produto da anomia (estado associado a falta de objetivos e perda de identidade) do que a conflitos sociais (Borja and Muxí, 2003). Podemos assim relacionar os conceitos de vitalidade com segurança, e segurança com a identidade.

### 3.1.3. IDENTIDADE DO LUGAR

A identidade de um lugar é mais do que uma morada ou que a sua simples localização, é o resultado da nossa experiência nesse lugar. Essas experiências são influenciadas e influenciam novas experiências, logo a identidade é única para cada lugar e única para cada indivíduo. Os espaços públicos são palcos de sentimentos subjetivos, que criam memórias de lugares e sentido de pertença, sendo estes importantes para o bem-estar do indivíduo (Cattell et al., 2008). Os espaços públicos são fundamentais para a existência de experiências partilhadas e para o reforço do sentido de identidade, são espaços de expressão coletiva da vida comunitária. É através do processo de identificação, na criação de um sentido de lugar, que as pessoas transformam Não Lugares (Augé, 1994), em espaços públicos e espaços de socialização. (Indovina, 2002)

As pessoas podem ter várias referências identitárias quer associadas a uma identidade individual, quer a uma identidade como membro de um grupo, de uma comunidade ou de um território.

Para Lynch (1981) a identidade pode ser concebida como o “nível a que uma pessoa consegue reconhecer ou recordar um local como sendo distinto de outros locais-como tendo um carácter próprio vívido”, (Lynch, 1981 p.127) afirma ainda que a identidade de um local está ligada á identidade pessoal, pois esta está ligada aos sentidos e às memórias de cada um de nós.

A identidade de um lugar é o resultado de um conjunto de intenções subjetivas e experiências, não o resultado de cenários e edifícios (Carmona and Tiesdell, 2007) e é fundada com base, quer no indivíduo, quer na cultura a que este pertence.

Para Relph (1976) a identidade de um lugar é constituída por três elementos básicos: o ambiente físico; as atividades e o sentido. Estes três elementos são inseparáveis da nossa experiência com o lugar, são a matéria-prima da identidade do lugar. Quer as atividades (o movimento das pessoas), quer o ambiente físico (os edifícios) são fáceis de encontrar em qualquer sítio, mas a subjetividade do sentido do lugar é que torna difícil de compreender a sua identidade. Para podermos manter os espaços com vida, estes têm de se tornar únicos, reforçando o seu sentido de lugar. (Balsas, 2007)

No livro *Elements of Architecture* (Meiss, 1990), é referido que embora hoje em dia existam outros códigos como a roupa, objetos e gestos, que definem a nossa identidade dentro de um grupo ou de uma comunidade, a Arquitetura continua a ter um papel muito importante na redução ou fortalecimento do sentido de identidade. O arquiteto tem de ser capaz de criar lugares que sirvam a identidade urbana, deixando uma margem para que as identidades individuais e coletivas se possam expressar e apropriar-se do espaço.

A apropriação do espaço é um conjunto de práticas que conferem a um espaço as qualidades de um lugar pessoal ou coletivo, este conjunto de práticas contribuiu para a identidade do lugar (Ferreira et al., 2002).

Para Meiss (1990) existem três condições que auxiliam na criação de um sentido de identidade:

- Criação de um ambiente sensível, baseado na observação e no entendimento profundo dos valores e comportamento das pessoas e grupos envolvidos e das características cruciais da sua identidade.
- Participação dos futuros utilizadores na conceção do lugar.
- Criação de um ambiente em que os habitantes possam modificar e adaptar, criando estes símbolos de identidade específicos.

O espaço público (equipamentos, e espaços públicos abertos) pode ser um importante mecanismo de redistribuição e integração social, estes espaços podem ser criadores de novas centralidades, facilitando a mobilidade, facilitando a aceitação de bairros esquecidos ou com má reputação (Borja and Muxí, 2003). Na proposta projetual que iremos desenvolver, pretende-se utilizar os mercados, espaço público/equipamento, como um espaço que visa reforçar a identidade do lugar e a vitalidade no espaço público.

#### 3.1.4. BRICK LANE- UM ESPAÇO PÚBLICO REFLEXO DE UMA IDENTIDADE

Brick Lane é um caso de uma intervenção urbana de sucesso feita ao nível do espaço público que reflete a identidade da população que habita este local, é uma referência para o projeto, de como revitalizar um espaço público, procurando espelhar no mesmo as características e as necessidades de quem o habita.

A zona Este de Londres, no distrito de Tower Hamlets (o qual se inclui a área de Brick Lane), tem características semelhantes à área de estudo, ou seja, a envolvente à Avenida Almirante Reis. No distrito de Tower Hamlets encontra-se uma das áreas mais pobres de Londres, “the doorstep of the City of London has made it an attractive location for all manner of irregular activities, not otherwise permitted in the city.” (Oakley and Pratt, 2010. p.3). A população residente apresenta baixas perspectivas de emprego e baixas qualificações. A população é maioritariamente imigrante, migrando por motivos associados à existência de conflitos armados nos seus países de origem (1960-1970), sendo provindos da Irlanda, Rússia, Polónia, mas principalmente do Bangladesh, sendo esta a maior comunidade étnica de Tower Hamlets. A área de Brick Lane prova que a celebração da cultura pode trazer benefícios económicos que se estendem para além das barreiras étnicas e que a identidade individual, de grupo e o sentido de pertença ao lugar podem ser incrementados com o uso de tipologias e motivos arquitetónicos familiares da comunidade (Gard'ner, 2004). Gard'ner (2004) refere que três zonas foram identificadas, pela comunidade “Bengalee”<sup>1</sup>, como tendo especial importância: Brick Lane, Fashion Street e Whitechapel Market. São zonas importantes quer economicamente, quer comercialmente, cada uma servindo necessidades diferentes.

A rua Brick Lane, conhecida localmente como “Banglatown”, é conhecida pelos seus restaurantes indianos, pelas suas lojas 24 horas, pelo mercado de bricabraque ao domingo, e por ser o eixo de concentração da comunidade “Bengalee”. Assim: “This colorful and varied street extends from Osborn Street to the south, which continues to house Jewish- and Bengalee-run clothing manufacturing industry, through the Bengalee retail, cultural and restaurant are in the Pakistani-dominated leather industry to the north of the former Truman Brewery and railway yard.” (Gard'ner, 2004 p.82).

Desde 1980 que a comunidade “Bengalee” tem o desejo de deixar a sua marca na paisagem urbana de Brick Lane, este desejo por parte da comunidade levou a um conjunto de iniciativas que tiveram como objetivo estimular um certo sentido de lugar e de orgulho e também criar

uma identidade específica que pudesse atrair turistas. Quando nos aproximamos de Brick Lane, através da rua Commercial encontramos o primeiro elemento físico, prova dessa identidade, o arco que foi construído em 1997. O mobiliário urbano é decorado com motivos e cores tradicionais e os nomes das ruas são colocados em ambas as línguas, Inglês e Bengali.

Nenhuma outra comunidade imigrante, recentemente, causou tanto impacto no ambiente urbano de Londres como esta. Para além de reabitar edifícios existentes, introduziu as suas tradições culturais e estéticas, definindo assim o carácter e o significado daquela área.

**Nota:** 1-Expressão que Gard'ner (2004) usa para definir pessoas provenientes do Bangladesh e da província Indiana de Bengala, as quais falam a mesma língua “ Bengali or Bangla”



**Fig.21** Placa de indicação da rua em ambas as línguas.  
(Fonte:[http://en.wikipedia.org/wiki/File:Brick\\_Lane\\_street\\_signs.JPG](http://en.wikipedia.org/wiki/File:Brick_Lane_street_signs.JPG))

### 3.2. MERCADOS



Fig. 22 Fotografia do NaschMarket Viena

(Fonte: Candidata 2011)

Os mercados fazem parte dos espaços públicos que a cidade proporciona, destinados à compra, venda e troca de bens e serviços, são ao mesmo tempo espaços de encontro entre vizinhos. São espaços que permitem as pessoas se integrarem na vida da comunidade.

O conceito atual de mercado foi evoluindo no contexto da arquitetura dos espaços comerciais. Desde os primeiros mercados de estruturas temporárias passando pelos mercados de arquitetura de Ferro até aos mais recentes edifícios de betão. O conceito evolui no tempo e no espaço em função do contexto histórico-cultural, económico e geográfico (Leal, 2011). Leal (2011) considera que *“(...) os modelos clássicos do mercado, desde o espaço aberto na cidade, o bazar coberto, a rua ou galeria comercial, tenham desenvolvido a sua forma urbana antes de 2000 a. c.. Porém, importa referir que os primeiros mercados eram elementos independentes corporizados por estruturas temporárias como barracas, telheiros ou bancas que, reunindo*

*camponeses, pescadores, e artesãos, davam forma a uma das mais distintas marcas da economia das cidades, a prática mercantil.” (Leal, 2011) .*

A sua localização na cidade reflete os movimentos dos indivíduos, facilitadores da troca de mercadorias, *“A troca induz o encontro e este acontece pelo fluxo de pessoas, conduzindo ao aparecimento do mercado”* (Leal, 2011). A presença dos mercados é condicionada e condicionadora da organização e vivências da cidade. O sucesso dos mesmos, dependente da sua localização e da proximidade de uma boa rede de transportes e das áreas residenciais.

Ao nível formal, os arquitetos que construíam mercados públicos utilizavam conceitos como: a ágora; o templo clássico; as praças renascentistas; os bazares orientais e as galerias cobertas de vidro para se inspirarem (Salgueiro, 2012). Pode-se dizer, que surgiram essencialmente três tipos principais de morfologias de mercados:

- Mercado Circular ou Octogonal (exemplo: Mercado de Arroios)
- Mercado Ágora, usa elementos arquitetónicos como galerias e colunas, com espaços semelhantes a peristilo ou ágora.
- Mercado Galeria, funciona como uma rua ou galeria comercial coberta, normalmente funciona como uma passagem pedestre que liga duas ruas distintas.

O comércio de rua e os Mercados públicos, foram desde sempre considerados como o pulmão da vida e da agitação das cidades (Quartilho, 2011). No séc. XIX, os Mercados Públicos eram considerados edifícios icónicos (tal como as igrejas e as câmaras municipais), estes promoviam a igualdade entre classes sociais, combatendo a segregação social existente no séc. XIX, pois eram projetados como um espaço onde todas as classes sociais de podiam juntar. A qualidade dos mesmos era sinal de progresso e poder económico, uma forma de perceber a reputação/riqueza da cidade (Salgueiro, 2012).

Os Mercados foram importantes no tecido social das cidades, mas desde dos anos 50 (Spaces, 2013) começaram a ser substituídos por grandes superfícies comerciais privadas, com impactos negativos nos espaços comerciais das áreas centrais das cidades. O ato de ir às compras tornou-se cada vez menos um ato meramente instrumental e mais um ato privado e uma atividade solitária.

Os mercados são “espaços que se distinguem pela sua excecionalidade na malha urbana e pelo valor simbólico que os integra como parte da identidade da Cidade” (Quartilho, 2011 p.45),

Quartilho (2011) refere que os mercados desempenham um importante papel na fixação da população e a sua revitalização pode afetar toda a área envolvente.

*“Os mercados públicos, sendo formas eficazes de atrair pessoas, podem transformar espaços públicos sem interesse aparente e garantir um meio seguro, estimulante e criativo para quem os usa. Podem na realidade reintroduzir os bons elementos que as cidades infelizmente estão em risco de perder.”* ( Spitzer, Theodore cit.porBalsas, 1999 p.57)

Quartilho (2011) refere que as razões que levaram estes espaços ao declínio foram: dificuldade em concorrer com as grandes superfícies, a nível comercial; dificuldade em cumprir com as exigências atuais, ao nível da segurança, do conforto, e da higiene; falta de infraestruturas como estacionamento, transportes de cargas e pessoas; períodos de funcionamento extremamente reduzidos e incompatíveis com a maioria da população ativa; visual pouco atraente e falta de dinâmica publicitária.

Os mercados públicos distinguem-se dos supermercados, na medida em que devem ter objetivos públicos como: o abastecimento da comunidade; revitalização de uma rua ou zona; devem ser espaços de encontro da comunidade, local onde as pessoas possam interagir facilmente. É fundamental para o bom funcionamento dos mercados, que estes tenham visibilidade e boa acessibilidade.

Tal como os espaços públicos os mercados funcionam melhor quando estes são o reflexo dos seus utilizadores. E importante perceber qual será o público-alvo, e quais as suas necessidades, e seu poder económico. O sucesso destes encontra-se também dependente da criatividade e da excecionalidade do que tem para oferecer (Quartilho, 2011). Quartilho (2011) refere exemplos dessas características excecionais: A oferta de produtos provenientes de agricultura biológica; oferta de produtos tradicionais que atraiam turistas; inclusão de outros programas no edifício, que possam utilizar produtos vendidos no mercado; inserção de animação cultural; utilização do espaço em horários diferentes, para o exercício de outras atividades.

Ford (2003) no artigo, *Public Markets - as a Vehicle for Social Integration and Upward Mobility* sustenta que os mercados devem funcionar quer como uma âncora, quer como um pólo atrativo. Devem ancorar compradores suficientes para garantir a sua viabilidade económica, sendo importante que possam ser economicamente sustentáveis a longo prazo. Mas também devem servir também de polo atrativo, chamando pessoas por razões não só comerciais, ou seja, o sentido do lugar e a sua identidade singular podem auxiliar na construção de um mercado mais atrativo, enquanto cenário e espaço de integração social.



Os mercados quando se tornam o reflexo das comunidades que o frequentam podem até reforçar a identidade cultural e diminuir o desconforto e as barreiras, como por exemplo a língua (fator de menor importância quando se refere a segunda ou terceira geração de imigrantes).

Cattell et al. realçam que “ Many first generation Asian informants described shop areas Green Street and Queens Market as places that they felt comfortable to use because there were people they identified with , few language barriers and direct reminders of their countries of origins” (Cattell et al., 2008 p.544)

Um dos principais problemas dos mercados reside na sua incapacidade de adaptação. Contudo, é possível enumerar e ilustrar alguns casos de estudo que contrariam esta dificuldade, a saber: o Convent Garden em Londres; o mercado de Santa Caterina, em Barcelona; o mercado de San Miguel, em Madrid, o Mercado Ferreira Borges, no Porto, e o Mercado de Campo de Ourique em Lisboa. São estes exemplos da adaptação dos mercados face às necessidades das sociedades atuais.

### 3.3. EXEMPLOS RELEVANTES DE MERCADOS INTERVENCIONADOS



Fig. 23 Fotografias dos diferentes exemplos relevantes abordados. (Fonte candidata, 2014)

Analisei diversos Mercados nacionais e internacionais com diferentes abordagens na sua regeneração e inovação, alguns mantiveram com sucesso o seu propósito de Mercado e noutros casos adaptaram-se a novas funções.

#### 3.3.1. O MERCADO DO CONVENT GARDEN- LONDRES

A área referente ao Convent Garden, em Londres, começou a ser ocupada no período romano, e mais tarde, no séc. XII passou a fazer parte do Jardim dos Monges do convento de St. Peter Westminster (Quartilho, 2011). Em 1630, onde hoje encontramos o Convent Garden, construiu-se a primeira praça pública em Londres, pelo arquiteto Inigo Jones. Este espaço tornou-se assim importante não apenas pelas trocas comerciais aqui realizadas, mas também pelas outras funções que promoviam a interação entre as pessoas. Em 1830 decidiu-se renovar toda a área relativa ao Convent Garden, perante os evidentes problemas relacionados com a falta de higiene. Foram retiradas as tendas e ficou incumbido o arquiteto Charles Fowler de desenhar um edifício para acolher o mercado de frutas e vegetais (coberto de vidro, apenas 42 anos depois). Durante o século que se seguiu, manteve-se como uma das zonas mais apreciadas de Londres “ pelo seu ambiente característico, numa fusão perfeita de boémia e tradição.”(Quartilho, 2011 p.81).

No séc. XX as novas exigências que se impunham e o congestionamento automóvel, levou à realização de uma proposta por parte dos responsáveis pela área do planeamento urbano, que previa a demolição e a deslocação do Mercado. Um conjunto de pessoas revoltou-se e

conseguiu que a proposta não fosse realizada, seguindo-se uma década de discussões sobre o futuro do Mercado. Em 1974 os comerciantes foram afastados para um novo local, iniciando-se assim, a remodelação quer do edifício quer do espaço envolvente. No plano de remodelação para aquela área fazia parte a construção de hotéis, centros de conferências, infraestruturas mais adequadas, mas também uma mudança funcional no mercado central (Quartilho, 2011). Foi reaberto em 1980 como centro comercial, com restaurantes, cafés, boutiques e um pequeno mercado que vende antiguidades, artesanato e souvenirs. Para Quartilho (2011) o sucesso deste espaço deveu-se aos seguintes aspetos:

- Manter a estrutura de Mercado aberto e a passagem entre o interior e o exterior feita sem restrições.
- Ter um carácter único e tradicional, não existem lojas pertencentes a grandes cadeias comerciais.
- Existir animação de rua no espaço público exterior envolvente.
- Ter uma equipa residente que contacta diariamente com o que ali acontece, pois o edifício está inserido num plano geral de aperfeiçoamento e desenvolvimento.

Embora não restem dúvidas que esta transformação veio beneficiar a cidade, esta não foi tão bem aceite por todos. Os mais conservadores, criticaram o facto de se ter alterado a memória do lugar, enquanto mercado tradicional, a aquisição de um certo carácter turístico acabou por afetar a identidade do lugar (Quartilho, 2011).



Fig. 24 Fotografia do Convent Garden. (Fonte: [www.egali.com.br/blog/londres/covent-garden/](http://www.egali.com.br/blog/londres/covent-garden/) 2013)

### 3.3.2. O MERCADO SANTA CATERINA-BARCELONA

Na Cidade de Barcelona, o número de mercados tem crescido, contabilizando-se atualmente 45 mercados permanentes. Entre 1957 e 1977 construíram-se em Barcelona 18 mercados, a ideia base passava por proporcionar a todos os habitantes de Barcelona um mercado a menos de 1km de casa.

Os mercados fizeram parte integrante do processo de revitalização da cidade, na medida em que a cidade deu prioridade à modernização e revitalização destes. Os mercados em Barcelona encontram-se facilmente acessíveis a toda a comunidade, em qualquer ponto da cidade onde estejamos podemos encontrar um mercado a 10 minutos, facto que faz com que as pessoas em Barcelona utilizem cada vez mais os mercados para comprar os seus produtos de consumo diário. Mas estes não se confinam exclusivamente à venda de produtos alimentares assumindo um importante papel cultural e social, afigurando-se como espaços completos que servem para conectar vizinhos. Embora tenham dificuldades em competir com os preços dos supermercados continuam a desenvolver um papel fundamental na cidade, assumindo-se como um dos espaços públicos mais vitais (Spaces, 2013).

Onde hoje se encontra o Mercado de Santa Caterina, situava-se, entre o séc.XIII e o séc.XIX, uma igreja e um convento os quais em 1844 foram destruídos e posteriormente foi publicado um decreto que permitia a reutilização dos terrenos. Nesses terrenos foi construído assim, o primeiro mercado coberto de Barcelona.(Quartilho, 2011)

Em 1977 foi lançado um concurso, inserido no plano de regeneração da Ciutat Vella, para a remodelação do mercado de Santa Caterina. Os Arquitectos responsáveis pela reconversão foram Enric Miralles e Benedetta Tagliabue-EMBT. Esta reconversão teve com objetivo não só a reconversão do edifício mas também trazer a vitalidade aos espaços públicos circundantes.(Cohn, 2006).

Foram conservadas apenas as paredes laterais e a fachada principal de arcadas, modificando-se o interior e a cobertura, criando estruturas de melhoramento do mercado, como por exemplo: áreas de serviços com armazéns e estacionamento de veículos comerciais, climatização do espaço interior, construção de pisos subterrâneos para serviços e 250 lugares de estacionamento para visitantes. A cobertura deu lugar a uma estrutura ondulante revestida de mosaicos, dando uma nova imagem característica ao edifício. Antes existia uma planta ortogonal com 208 postos de venda, que depois da reconversão deu lugar a uma planta

irregular onde a pavimentação de granito, que era usada no exterior, continuou para dentro do mercado, de modo a dar a percepção da continuidade do espaço público (Cohn, 2006). Agora com apenas 70 estabelecimentos, entre os quais bancas de alimentos frescos, lojas, bares, existe ainda um restaurante, serviço de buffet, um espaço polivalente para atividades culturais e um Museu Arqueológico. Funcionando o Museu e o espaço para atividades culturais com a possibilidade de horários e acessos autónomos dos horários e acessos do próprio Mercado.

O mercado mantém uma participação social ativa, com a organização de eventos e ações sociais e é encarado como um ponto importante na cidade, quer do ponto de vista arquitetónico, quer comercial (Quartilho, 2011).



Fig. 25 Foto do Mercado de Santa Caterina

(Fonte:<http://pt.wikiarquitectura.com/index.php/Ficheiro:10mer.jpg>, 2014)

### 3.3.3. MERCADO DE SAN MIGUEL- MADRID

O mercado de San Miguel, situado em Madrid junto à Plaza Mayor, tem como autoria o arquiteto Alfonso Dubé y Diaz e foi criado como uma resposta funcional ao comércio que se encontrava a céu aberto naquele local. Foi construído entre 1913 e 1916 e continha “inovações técnicas ao nível da cobertura, preocupações ao nível da ventilação, temperatura e limpeza do espaço” (Quartilho, 2011). Nos anos 90, começaram a fechar várias bancas, ressentindo-se do impacto das novas formas de comércio e do afastamento dos residentes daquela área. Em 1999, com fundos europeus, é restaurado mantendo o mesmo aspeto. Mas apesar da restauração o mercado continuava obsoleto.

O edifício é adquirido por investidores privados em 2003, os quais intervieram no mercado, preservando-o, mas mudando a organização. É então inaugurado em 2009, apostando em produtos tradicionais alimentícios de qualidade, na inclusão de uma livraria dedicada à gastronomia e produtos de design nacional. Segundo Quartilho (2011). O sucesso desta intervenção deveu-se a alguns fatores:

-A atração de pessoas, que à partida não se interessariam por mercados tradicionais, por via da promoção de um programa diverso e inovador.

-Ao horário alargado, aberto até às 22h ou 2h, dependendo do dia da semana.



Fig. 26 Localização do Mercado de San Miguel Madrid

(Fonte: <http://www.laciudadviva.org/blogs/?p=2243>, 2014)



Fig. 27 Entrada principal do Mercado de San Miguel

(Fonte: <http://www.mercadodesanmiguel.es/>, 2014)

É encarado não só como espaço de compras mas também como espaço de interação social. O mercado atrai muitos turistas, contudo, a opinião entre os residentes não é unânime, considerando que o nome mercado é apenas uma estratégia de imagem (“com as únicas bancas de venda tradicional situadas no ângulo mais visível”(Quartilho, 2011)), sendo este espaço um espaço incentivador da “Gentrificação” do centro histórico”. (Quartilho, 2011 p.91).

#### 3.3.4. MERCADO FERREIRA BORGES-PORTO

O surgimento do mercado Ferreira Borges, no centro Histórico do Porto, está relacionado com dois fatores: a intenção da Câmara do Porto em acabar com as instalações precárias do mercado da Ribeira, deslocando os comerciantes para um equipamento abrigado das cheias e a consolidação de uma área simbólica da cidade que tinha sido destruída no incêndio de 1832 (Quartilho, 2011). Depois de anulado um concurso público para a construção do mercado, foi em 1885 atribuído a edificação à fundição portuense e o projeto ao arquiteto municipal João Carlos Machado. Em 1900, doze anos depois de ser inaugurado, devido à resistência dos comerciantes de trocarem o mercado da Ribeira pelo novo espaço, a câmara declarou “edifício inoperativo, incapaz de responder aos objetivos para o qual tinha sido concebido.”(Quartilho, 2011 p.107).

Surgiriam então diversos pareceres para o futuro deste: demolição, adaptação a um museu, um jardim de inverno para inventos. Nenhuma destas hipóteses foi concretizada, adquirindo o edifício diversas funções até 1939, tendo então voltado à sua função original quando ali se instalou o Mercado abastecedor de Frutas, mas que devido à degradação do edifício, é abandonado na década de 70. Em 1983, depois de ser classificado imóvel de interesse público, a câmara decidiu restaurá-lo, e a partir desse momento foi utilizado como espaço polivalente, acolhendo diversas iniciativas promovidas pela Câmara, concertos, exposições, entre outros. Em 2008, no contexto de uma política de privatização de equipamentos da cidade do Porto, a câmara lançou um concurso, “para apresentação de ideias, conceção, projeto, construção, manutenção e exploração, (...) O objetivo fundamental da proposta aprovada é a reabilitação e Dinamização, com carácter permanente (...)”(C.M.Porto, 2008). A concessão do espaço foi entregue ao Hard Club, mítica sala de espetáculos no Porto, que desde 1997 se situava em Gaia, e que encerrou em 2006, obtendo em 2008 licença para a exploração do espaço do

Mercado Ferreira Borges por 17 anos e em 2009 vence o Prémio Nacional de Industrias Criativas.

O projeto de reabilitação foi atribuído ao arquiteto Francisco Aires Mateus. A antiga estrutura foi maioritariamente preservada, havendo apenas algumas adaptações para cumprir necessidades programáticas, as maiores mudanças surgiram no interior através da colocação de novos elementos desmontáveis. O antigo mercado tem agora espaços diferenciados, a nave central serve para exposições, pequenos concertos, entre outros. As naves laterais contêm duas salas principais, os estúdios de gravação, a sala de ensaio, a cafetaria, livraria, uma loja de *merchandise* e uma zona de serviço. Na fachada norte, o anexo existente, foi totalmente redesenhado e serve de apoio, com arrumos, balneários, camarins, etc., e acesso direto aos estúdios de gravação e aos palcos. Em primeiro lugar o sucesso deste projeto, (o qual não causou muita polémica perante a população), deveu-se à manutenção da estrutura, ao facto da transformação ser reversível, e continuar aberto à cidade, com equipamentos (por exemplo: livraria) autónomos e horários alargados. Em segundo lugar, o deveu-se também à capacidade de conciliar a defesa do património com uma visão de futuro e com uma ligação à cidade, respondendo às necessidades da zona, e sobressaindo pelo espaço cultural que veio dar à cidade.

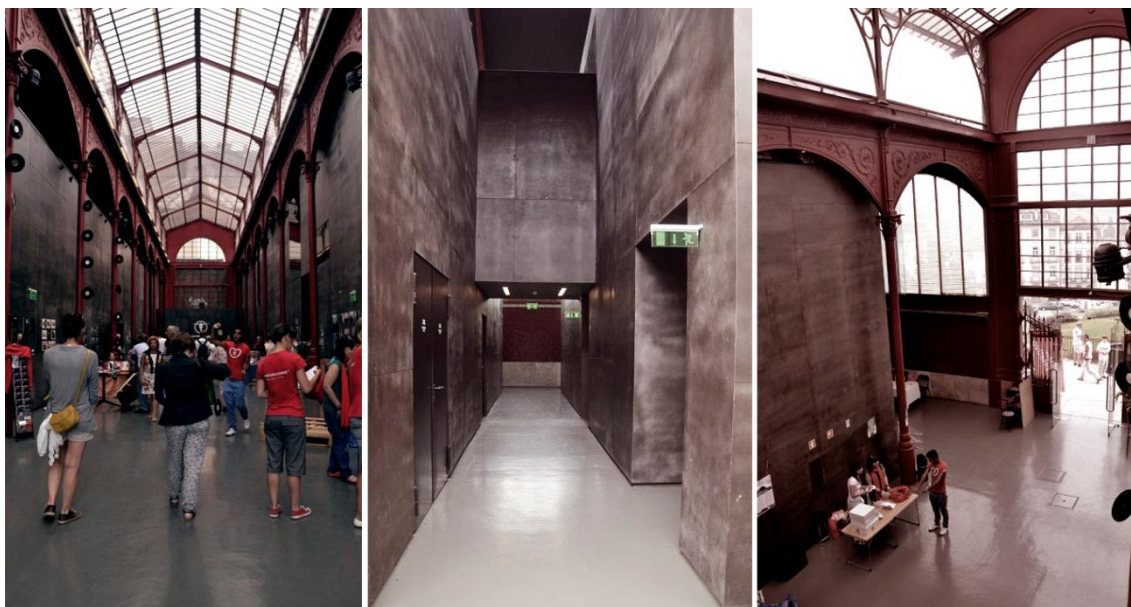


Fig. 28 Fotografias do Mercado Ferreira Borges 2012 Fonte: Candidata 2012)



### 3.3.5. MERCADO DE CAMPO DE OURIQUE-LISBOA

Mercado de Campo de Ourique Inaugurado em 14 de abril de 1934, espaço concessionado até 1973 passando a tutela deste para a camara de Lisboa nesse ano. Foi remodelado em 1990 e novamente em Novembro 2013 através de um concurso público aberto pela Câmara Municipal de Lisboa. A exploração é feita atualmente pela Empresa MCO, o modelo que foi usado para este mercado, será replicado pela mesma empresa no Mercado da Ribeira. Considera-se que esta renovação foi feita com base no Mercado de San Miguel em Madrid.

Este manteve a venda de produtos tradicionais, mas foram adicionadas 16 tasquinhas, e um espaço central com mesas e quase 250 lugares sentados. Tornou-se um local de encontro e de degustação ao almoço, jantar e ceia, alargando o horário anterior do mercado, chegando a encerrar á 1h de quinta a sábado. Este horário mais alargado é visto pelos comerciantes como facto que aumenta o valor potencial do Mercado.

O novo programa do mercado estende-se desde os mariscos, aos petiscos italianos, japoneses, norte-americanos, uma garrafeira que vende vinho ao copo, uma zona de charcutaria com enchidos e queijos para comer na hora, existe ainda uma geladaria e uma pastelaria.



Fig. 29 Mercado de Campo de Ourique, posterior a 1934

(Fonte: <http://arquivomunicipal.cm-lisboa.pt>; Código de referência: PT/AMLSB/EDP/001364)

A nova oferta convive bem com a venda de produtos tradicionais, existindo bancas que aumentaram as vendas em 70%. Existe um espírito de solidariedade entre bancas, onde os novos espaços de restauração compram grande parte dos seus produtos nas bancas tradicionais do Mercado. (Clara, 2014)

Para além da venda de comida este espaço oferece animação, desde a passagem de filmes, a noites musicais, com Dj's ou bandas ao vivo.



**Fig. 30** Fotografia do exterior e interior do Renovado Mercado Campo de Ourique  
(Fonte Candidata 2014)

### 3.3.6. APRECIÇÃO COMPARATIVA DOS EXEMPLOS SELECIONADOS

Nos exemplos relevantes de mercados intervencionados, todos os Mercados investiram num programa de atividades sociais, na inserção de serviços de restauração e espaços culturais. O alargamento do horário de funcionamento, adotado por estes Mercados, tem sido apontado como um dos motivos de sucesso. No caso do Mercado Ferreira Borges, do Mercado San Miguel e o Mercado de Campo de Ourique a gestão do espaço foi entregue a entidades privadas.

O Mercado Ferreira Borges e o Mercado de Santa Caterina sofreram alterações arquitetônicas mais profundas, sendo no caso do primeiro alterações reversíveis, nos restantes casos os edifícios apenas sofreram remodelações mantendo o mesmo aspeto geral. O Covent Garden e o Mercado de Santa Caterina deram importância a uma intervenção não só no espaço interior, como no espaço público envolvente, o primeiro trazendo animação para o exterior e o segundo dando uma continuidade de pavimento entre o exterior e o interior.

As críticas analisadas incidem sobre a perda de espaço para o Mercado tradicional com a consequente perda de identidade. No caso do Mercado de Campo de Ourique a manutenção das bancas de comércio tradicional foi um fator que trouxe vantagens, havendo uma boa coexistência entre o espaço de comércio tradicional e a nova oferta.

	Ano de Intervenção	Programa atual	Motivos de Sucesso	Alterações Construtivas	Observações
<b>Convent Garden</b>	1980- Reabertura	Centro Comercial: -Restaurantes -Cafés -Boutiques -Mercado de Antiguidades;	- Estrutura Aberta; -Animação no espaço Público; - equipa Residente;	-Remodelado o edifício e o espaço envolvente;	Alterada a Memória do lugar;
<b>Santa Caterina</b>	1977- Laçamento do Concurso	-Bancas de alimentos frescos; -Lojas; -Bares; -Restaurante; -Espaço polivalente; -Museu Arqueológico;	- Cobertura única, imagem de marca do Mercado; -250 lugares de estacionamento; - Participação social ativa;	-Conservou apenas as paredes laterais e fachada. - Continuidade entre o espaço público e o interior do Mercado;	
<b>San Miguel</b>	2009- Inauguração	- Venda de produtos tradicionais alimentícios de qualidade; - Livraria Gastronómica;	-Capacidade de atração de um público diverso e inovador; -Horário alargado; -Espaço de interação social;	-Restaurado com o mesmo aspeto;	- Incentivador da Gentrificação. - O nome “mercado” considerado uma estratégia de Marketing.
<b>Ferreira Borges</b>	2008- Concessão Atribuída ao Hard club.	-Espaço de exposições; -Estúdios de gravação; -Sala de ensaio; -Cafetaria; -Livraria; -Loja de merchandise; -Salas de espetáculos;	- Estrutura reversível no interior; - Equipamentos com horário alargado;	-Estrutura preservada, adaptações feitas por necessidade programática.	
<b>Campo de Ourique</b>	2013- Renovação	- Comércio tradicional; -Venda de petiscos e de especialidades; -Geladaria; -Padaria; -Garrafeira; -Zona de refeição com 250 lugares;	-Atividades sociais, noites de música ou de filmes. - Alargamento do horário; -Solidariedade entre bancas;	- Inserção de 16 novas tasquinhas, e de um espaço para refeições;	

Fig. 31 Tabela comparativa de exemplos relevantes de mercados intervencionados

### 3.4. FORMAS DE INTERVENÇÃO



Fig. 32 Edifício devoluto na Avenida Almirante Reis. (Fonte: Candidata 2013)

A ideia de espaço público surge por vezes associado à mudança de estratégia de intervenção na cidade. As cidades encontram-se em constante mudança, este processo, acontece devido a alterações políticas, económicas e sociais e devendo ser encarado como uma oportunidade para ajustar e melhorar as condições dessas áreas urbanas (Roberts and Sykes, 2000). Bons espaços públicos aumentam o valor das propriedades, aumentando o comércio e o valor social e ambiental das zonas envolvidas (Shaftoe, 2008). Para manter uma área urbana equilibrada quer economicamente que socialmente, é por vezes necessário intervir.

Para Moura et al., (2005) existem quatro conceitos principais inerentes à intervenção urbana e que carecem de clarificação: renovação urbana, reabilitação, requalificação, revitalização. Estes contêm simultaneamente uma ideia teórica e uma proposta de ação sobre a cidade. Moura et al., (2005) define-os da seguinte forma:

-Na Renovação urbana, o tecido urbano é considerado caduco, sem valor patrimonial e sem possibilidade de modernização, propondo-se a sua demolição e consequente substituição por construção nova.

-A Reabilitação, contrariamente à Renovação, não representa a destruição do tecido, mas a readaptação a novas situações em termos de funcionalidade urbana. Esta deve ser promovida em oposição à construção em locais novos, com vista a um desenvolvimento sustentável, e de defesa do património existente.

-A Requalificação é sobretudo um instrumento para a melhoria das condições de vida das populações, promovendo a construção e recuperação de equipamentos e infraestruturas e a valorização do espaço público com medidas de dinamização social e económica. Provoca a mudança do valor da área, ao nível económico, cultural, paisagístico e social.

-A Revitalização desenvolve estratégias e promove um processo com carácter inclusivo e integrador, capaz de provocar iniciativas. Promove vínculos entre territórios, atividades e pessoas, apela à população e às entidades que as representam para serem coautoras do processo.

Em Mourão e Ferrão (2011 p.28) não existe uma distinção entre Regeneração e Revitalização. Estes são definidos pelos autores da seguinte forma:

- A Renovação urbana visa substituir bairros urbanos empobrecidos e áreas degradadas por projetos de grande dimensão. Esta atividade é cada vez menos frequente devido ao impacto para a comunidade.

- A Reabilitação urbana visa principalmente regenerar e conservar o património edificado ou o ambiente urbano. Para além da recuperação de edifícios históricos e de paisagens urbanas, estas incluem ainda a modernização e melhoria de equipamentos e o respeito pelas normas e regras de segurança.

- A Regeneração urbana e Revitalização urbana, visam transformar a base económica e obsoleta de certas zonas urbanas, tornando-as mais sustentáveis através da atração de novas atividades, da modernização do tecido urbano, da melhoria do ambiente urbano e da diversificação da estrutura social.

Depois de definidas as diferentes abordagens possíveis, é importante identificar qual a que se ajusta melhor ao local de intervenção e ao objetivo pretendido. Tendo-se assim optado pela Revitalização, devido ao facto de se querer uma intervenção que mantenha as características do edificado e do local apenas intervindo em pontos chave para modernizar e dotar as zonas de características mais adequadas às necessidades da população atual. A revitalização dos espaços públicos tem como ideia base contrariar o declínio e a insegurança, melhorando a

qualidade de vida dos indivíduos. A revitalização, comparativamente às outras abordagens anteriormente referidas, tem em vista uma estratégia integrativa, aproveitando oportunidades, mantendo a zona de intervenção em constante renovação, procurando fatores de inovação. As intervenções de revitalização são muito comuns nas zonas centrais das cidades e têm como objetivo melhorar a mobilidade pedestre, fortalecer a identidade local, tornar o espaço mais confortável e mais apelativo, de modo a que as pessoas circulem mais facilmente e permaneçam mais tempo (Balsas, 2007).

### 3.5. LOGRADOUROS



Fig. 33 Fotografia de um acesso a um Logradouro na rua Rosa Damasceno. (Fonte: Candidata 2013)

Os logradouros são espaços desconhecidos dentro da própria cidade, por vezes impenetráveis devido a serem espaços privados. Estes espaços por vezes são divididos em diferentes propriedades, cada espaço anexo a um único edifício, outra vezes espaços privados mas destinados ao uso de mais do que um edifício. São elementos fundamentais ao ecossistema da cidade, pelo papel que desenvolvem na permeabilidade do solo. Tendo em conta o desenvolvimento da Avenida Almirante Reis entre duas colinas, encontra-se esta sobre uma zona que necessita de espaços permeáveis. Os Logradouros, espaços inicialmente criados para manter a permeabilidade do solo e salubridade dos edifícios em seu redor, estão a ser cada vez mais utilizados para a edificação de garagens e armazéns de lojas. No Plano Diretor Municipal de Lisboa são assinalados os logradouros verdes a preservar, mas não existe atualmente nenhum plano para a recuperação dos mesmos, que foram ocupados para outras



funções desvirtuadas. A recuperação destes espaços permite uma melhoria no ambiente urbano, a permeabilização dos solos, e a criação de espaços públicos onde as relações de vizinhança possam ser mais próximas.

Diferentes funções podem ser atribuídas ao interior de um logradouro. Desenvolverei dois casos de estudo, onde o Logradouro tendo a mesma importância, foi tratado com um programa diferente. O primeiro caso de estudo, o programa ProEixample em Barcelona, trata da renovação dos logradouros como espaço público importante, abrindo estes espaços à cidade. Em oposto a este surge o segundo caso de estudo, duas casas em Santa Isabel pelo Arquitecto Ricardo Bak Gordon, que trata o logradouro como espaço de privacidade, colocando-lhe habitação.

### 3.5.1. PROGRAMA PROEIXAMPLE- BARCELONA

O Plano de Cerdá foi aprovado em 1859 e criou uma nova realidade na antiga província de Barcelona. Cerdá teve uma visão antecipatória da evolução do território, desenvolvendo três elementos básicos: a vontade higienista; a componente de circulação; a preocupação com o movimento; originando uma hierarquia de ruas definidas. A ideia de “cidade nova”, que permite uma igualdade entre os moradores.

Ruralizar o urbano significa a possibilidade de no mesmo espaço termos a quietude e o isolamento próprios de um espaço rural como o movimento e sociabilidade de um espaço urbanizado. Para Cerdá a conjugação destas duas realidades foi de extrema importância. Cerdá afirmava que era indispensável que em cada quarteirão metade da superfície fosse destinada aos espaços verdes/pátios. (Lemos, 2011).

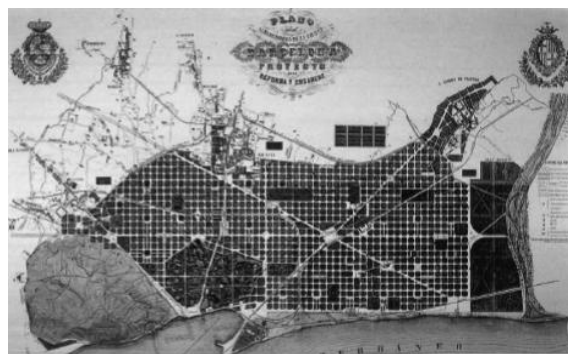


Fig. 34 Projeto de Cerdá para a ensanche de Barcelona 1859. (Fonte: Lemos 2011)

A proposta de Cerdá consistia numa estrutura de traçados sobrepostos que estabelecem diferentes níveis de serviços. Esta malha de quarteirões foi implementada rodeando a cidade histórica que não foi modificada. O processo de execução foi lento e difícil, com o tempo e com o crescimento demográfico e a industrialização, foram necessários outros projetos de extensão, complementares ao Plano de Cerdá (Lemos, 2011). O tecido morfológico da ensanche é bastante coerente e facilmente destacável da restante cidade, esta é uma zona bastante densa com pouca oferta de espaço livres e equipamentos por habitantes. A partir da unidade básica do quarteirão surgiram três modelos principais de configuração:

- quarteirão fechado, com a típica ocupação periférica das edificações e pátios centrais;
- quarteirão com passagem que o atravessa;
- super-quarteirão, que é a ocupação global ou união de mais de um quarteirão.

Em 1996 surge o programa ProEixample, empresa de capital público e privado, que visava favorecer a renovação de espaços públicos e reforçar de maneira significativa o processo de recuperação de pátios interiores, criando um modelo de estrutura complementar para superar a falta de espaços livres na ensanche (Lemos, 2011). Este programa tinha como principais premissas:

- Renovação e regeneração de espaços públicos, e construção de equipamentos.
- Aquisição de interiores dos quarteirões para ganhar novos espaços públicos.
- Dinamização da ensanche como centro comercial, de negócios, cultural, turístico e de lazer.



Fig. 35 Pátios recuperados até 2009 através do Programa ProEixample

O acesso aos pátios é um aspeto fundamental para sua valorização e influenciando diretamente o nível de permeabilidade do quarteirão. A utilização de espaços internos dos quarteirões pode permitir que todos usufruam de um domínio público e de um domínio privado, é nele que tem lugar as relações mais próximas de vizinhança, um lugar que tem como objetivo servir de espaço de conexão entre os interesses individuais e os coletivos de ocupação especial. A introdução da permeabilidade no interior dos quarteirões vincula o espaço aberto no interior dos mesmos a um traçado de vias pedestres e a possibilidade de criação de novas ruas. Podemos ter diferentes tipos de permeabilidade no quarteirão: permeabilidade mínima, quando não há alteração da volumetria e o acesso ou corre através do corredor na parte térrea; permeabilidade média quando o acesso ocorre através de uma fissura no volume da edificação, existe assim uma revalorização de uma passagem já pré-existente; permeabilidade elevada quando existe uma fissura no quarteirão e é possível, o atravessamento do mesmo. Lemos (2011) mostra a existência destes três tipos de permeabilidade em quarteirões de Barcelona: pátio de les Agues; pátio Joan Brossa com apenas uma entrada pelo piso térreo; o pátio Antonio Puigvert que permite a ligação entre duas ruas com a quebra do quarteirão.



Fig. 36 Pátio de les Agues (Fonte: Lemos 2011)



Fig. 37 Pátio Joan Brossa ( Fonte; Lemos 2011)



Fig. 38 Pátio Antonio Puigvert (Fonte: Lemos 2011)

### 3.5.2. DUAS CASAS EM SANTA ISABEL-LISBOA

O projeto de duas casas em Santa Isabel (2003-2010), do Arquiteto Ricardo Bak Gordon, localiza-se dentro de um quarteirão irregular em Santa Isabel, Campo de Ourique. O interior deste quarteirão encontrava-se ocupado por pavilhões semi-industriais.

“Talvez o mais importante neste projeto seja o desejo de se referir à cidade que existe dentro da cidade. Os lugares interiores da cidade, cuja matriz ancorada na rua, na praça e no quarteirão originou.” (Helm, 2013)

Este espaço teve como programa a construção de duas casas, uma para uma família e um T2 para arrendamento. Todas estas funções foram colocadas em 560 m<sup>2</sup>, sendo que o lote tinha 1261m<sup>2</sup>. Estas casas foram construídas exclusivamente em betão armado aparente. O acesso às mesmas é feito através de uma passagem muito estreita, numa pequena loja aberta sobre a rua. Existe um contraste entre o positivo e o negativo, uma construção encerrada e vazia que dirige a estrutura do espaço, e um contraste entre a verticalidade do envolvente e a horizontalidade destas duas casas, com um único piso. (Helm, 2013)

Este projeto venceu o prémio Fad 2011 na categoria de Arquitetura. Em entrevista ao jornal O Público, referente ao prémio Fad, o Arquitecto refere-se aos interiores dos quarteirões como espaços que ficam mal construídos, insalubres ou votados ao abandono, refere ainda que este projeto pretendia relançar a discussão sobre o interior dos quarteirões e o potencial que estes têm para se constituírem como lugares. (Cordeiro, 2011)

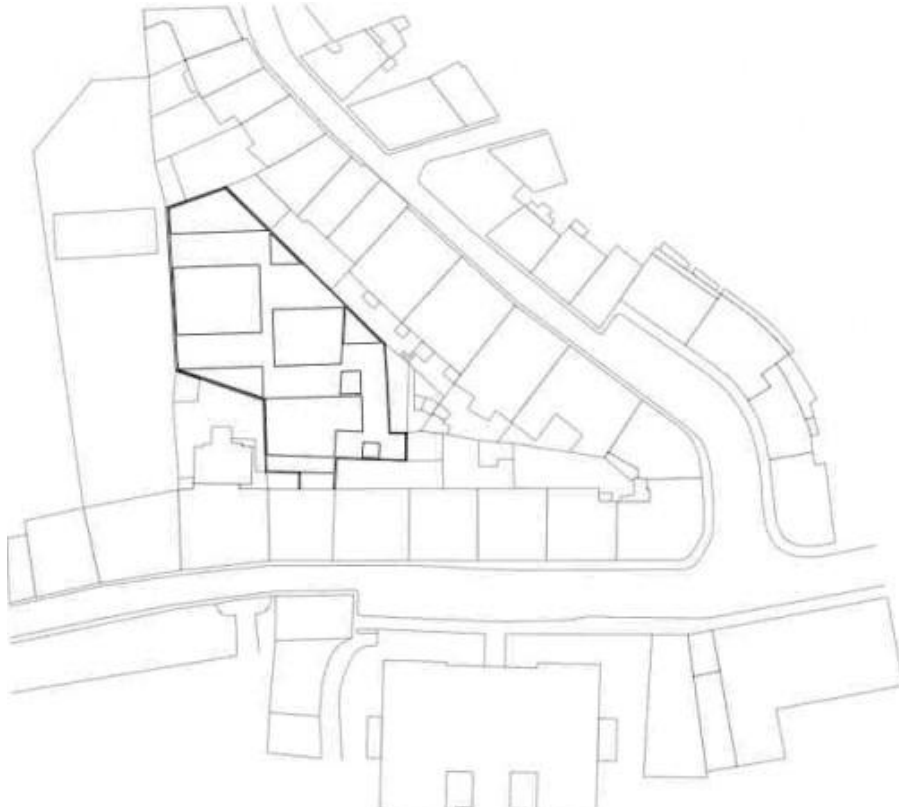


Fig. 39 Situação-Duas casas em Santa Isabel (Fonte: <http://www.archdaily.com.br/br/01-12707/2-casas-em-santa-isabel-slash-bak-gordon-arquitectos>, 2014)



Fig. 40 Fotografia- Duas casas em Santa Isabel (Fonte: <http://www.archdaily.com.br/br/01-12707/2-casas-em-santa-isabel-slash-bak-gordon-arquitectos>, 2014)



## **CAPÍTULO 4. PROPOSTA DE INTERVENÇÃO**





## 4.1. ESTRATÉGIA DE REVITALIZAÇÃO DO VALE DA ALMIRANTE REIS



Fig. 41 Localização da área de intervenção a linha preta. (Fonte Candidata 2014)

Pretende-se criar uma estratégia focalizada em torno dos espaços públicos no vale da Almirante Reis: revitalização dos Mercados públicos, que são espaços públicos cobertos já existentes; reconversão de vias públicas e percursos, abrindo novos espaços públicos em logradouros que se encontram inacessíveis ao público. Pretende-se deste modo dar vitalidade ao vale da Almirante Reis.

A área de intervenção localiza-se no início da Avenida Almirante Reis expandindo-se para Norte até à Avenida de Roma (Ver figura 39). O propósito de alargar a intervenção para além dos limites da Avenida Almirante Reis, considerando o Vale da Almirante Reis como área de intervenção, justifica-se na fundamentação da relação histórica da expansão da cidade de Lisboa.

Na caracterização populacional deste vale percebe-se que existe não só uma elevada diversidade cultural e étnica, mas também um elevado número de pessoas idosas, como já foi referenciado no capítulo 1. Caso de Estudo: Vale da Avenida Almirante Reis. Quem necessita mais da utilização dos espaços públicos, é normalmente quem tem maior dificuldade em aceder a estes: as crianças, os pobres, os imigrantes recentes e os idosos, como já referido anteriormente no capítulo 3. Estado da Arte. Para poder corresponder às necessidades quer da

população imigrante quer da população idosa, a estratégia de revitalização centra-se nos espaços públicos. Os espaços públicos têm como função edificar e reforçar os laços sociais (Castro, 2002), potenciando a presença destes espaços na malha urbana, evitando o isolamento de segmentos específicos da população.

Ao longo da área de intervenção encontram-se três Mercados - Arroios, Forno do Tijolo e Alvalade Norte, que se destacam pela sua excecionalidade na malha urbana, pela sua importância histórica, e principalmente pela importância para a “comunidade” e localização estratégica. Desenvolver-se-ão as áreas circundantes a estes três Mercados, criando conexões com o envolvente e trabalhar-se-á mais aprofundadamente no quarteirão cuja centralidade é o Mercado de Arroios.

Os Mercados funcionam como elementos fulcrais no desenvolvimento da estratégia de revitalização urbana. Verificamos que estes funcionam ainda como um ponto importante de encontro e de atividades sociais. Na população idosa permanece o hábito de se dirigir ao Mercado diariamente, trata-se de rotinas que fortalecem os laços sociais. Os Mercados são deste modo importantes meios para evitar o isolamento.

A tipologia arquitetónica de Mercado já assumiu uma elevada importância económica e social. Os Mercados foram causadores de alterações morfológicas nas cidades, pontos centrais para o urbanismo. Pretende-se com esta estratégia que estes três mercados possam assumir um papel de destaque urbano na escala da cidade.

Os Mercados com maior sucesso são aqueles que estão mais próximos das populações e que oferecem variados níveis de funções, desde a venda de produtos às ofertas culturais e sociais. Pretende-se assim reaproximar as “comunidades” aos mercados e complementar as funções presentemente oferecidas nos Mercados potenciando a vitalidade dos mesmos, modificando assim o que hoje em dia é visto como economicamente obsoleto. Os Mercados Municipais são espaços públicos que economicamente dão prejuízo, devido aos elevados custos de manutenção e devido à concorrência de espaços comerciais mais atrativos. Este facto tem levado à introdução de novos programas, mas perdendo significativamente o seu carácter social.

O Mercado do Chão de Loureiro, no centro da cidade de Lisboa, é um exemplo de mudança de programa, está agora transformado na sua grande parte num parque de estacionamento. Outras estratégias foram aplicadas pela Câmara de Lisboa, como no caso do Mercado de

Campo de Ourique, onde novas funções foram colocadas promovendo a sua sustentabilidade, mas mantendo a função original do Mercado.

Como estratégia pretende-se aplicar uma complementaridade em termos de funções nos Mercados para que passem a ser vistos como espaços atrativos de gente e funções, e que simultaneamente não percam a sua identidade. Pretende-se que estes três Mercados (Arroios, Forno do Tijolo e Alvalade Norte) sejam encarados como o novo coração das “comunidades” envolvidas, e como espaço fundamental para as atividades necessárias e opcionais da comunidade. Pretende-se que estes também possam atrair, através da oferta de atividades, públicos vindos de outros pontos da cidade.

Para a aproximação das “comunidades” aos Mercados, propõe-se a criação de ligações transversais. Sendo a topografia da Avenida de Almirante Reis um incentivo às deslocações no sentido sul-norte/norte-sul, pretende-se incentivar, através da criação de percursos transversais, as deslocações este-oeste/oeste-este. A Avenida Almirante Reis não oferece condições atrativas para o desenvolvimento de modos suaves, a falta de segurança, poluição e tráfego excessivo são fatores não atrativos para utilizadores dos modos suaves. No entanto, é observável o uso da bicicleta nas deslocações nesta zona. Um crescendo no aumento de atividades relacionadas com a bicicleta: o Bikepop no largo do Intendente; a Cicloficina no Regueirão dos Anjos e a Bkstore aberta recentemente na Rua Morais Soares, demonstra a importância que a bicicleta está a adquirir nesta área. Os percursos transversais irão incentivar a deslocação através dos modos suaves até ao Mercado. Estes percursos serão complementados com a utilização dos logradouros como espaços públicos internos, por vezes adjacentes ao percurso, outra vez criando uma rede pedonal alternativa.

Os logradouros podem se tornar espaços de refúgio. Todo o desenvolvimento do vale da Almirante Reis, devido à sua importância na expansão da cidade para norte, encontra-se altamente densificado, ao utilizar os logradouros como espaço público estamos a permitir um isolamento e quietude próprios de um espaço público afastado das grandes vias de tráfego, mas com a sociabilidade e a vitalidade própria de zonas muito urbanizadas.

#### 4.1.1. TRANSVERSALIDADE- MERCADO DO FORNO DO TIJOLO

Pretende-se criar um percurso que conecte o Mercado Forno do Tijolo com o Campo Mártires da Pátria, espaço onde em 1901 existiu um mercado. Conectar-se-ão assim as margens do vale da Almirante Reis. Este percurso transita na travessa da Cruz aos Anjos abrindo espaços públicos dentro de logradouros em ambos os lados, criando a possibilidade de conectá-la com a rua do Benfornoso, através de percursos pedonais e espaços públicos dentro de logradouros. Ligando o Mercado Forno do Tijolo com o recém-revitalizado Largo do Intendente, permite-se um percurso para bicicletas que atravesse o Largo do Intendente e passe em frente da Bikepop, conectando atividades já existentes nesta área com os percursos propostos. A revitalização do Largo do Intendente, por parte da Câmara de Lisboa, tem sido considerada como uma intervenção de sucesso, carecendo contudo da conexão com as ruas perpendiculares ao largo. Propõe-se que o percurso continue pela rua Nova do Desterro, conectando-se com o antigo Hospital do Desterro e a reabilitação prevista para este edifício, podendo deste modo ligar todas as intervenções que a zona inferior da Avenida Almirante Reis tem vindo a ser alvo. Segue o percurso pela rua Saco com intervenção no espaço público do largo da Escola Municipal, abrindo dois espaços públicos dentro de Logradouros em ambas as margens da rua.

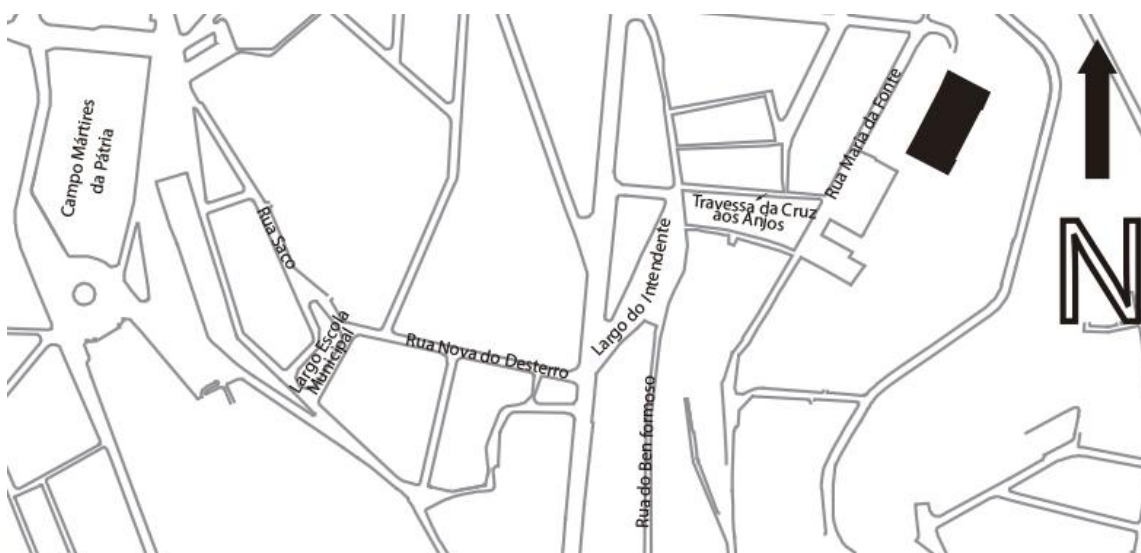


Fig. 42 Toponímia envolvente ao Mercado do Forno do Tijolo. (Fonte: Candidata 2014)





#### 4.1.2. TRANSVERSALIDADE -MERCADO DE ARROIOS



Fig. 44 Configuração da Praça do Chile antes de 1950 (Fonte: <http://arquivomunicipal.cm-lisboa.pt/> Código de Referência: PT/AMLSB/JBN/003941)

Como no percurso anteriormente referido, pretende-se nesta intervenção ligar duas margens do vale que se localizam em cotas mais elevadas, neste caso, ligar a avenida Duque d' Avila com a praça Paiva Couceiro. Esta ligação pretende dar continuidade aos reperfilamentos já executados pela Câmara de Lisboa na avenida Duque d'Avila, trazendo a ciclovía e o alargamento do passeio para toda a rua Morais Soares. Reforçar-se-á a homogeneidade entre a rua Morais Soares, a rua António Pereira Carrilho, a rua Visconde de Santarém e a avenida Duque d' Avila, as quais são herança da antiga estrada de circunvalação de Lisboa.

O comércio ao longo da rua Morais Soares tem vindo a ser ameaçado, tal como o da avenida Almirante Reis, facto que é referido no capítulo 1. Caso de Estudo: Vale da Avenida Almirante Reis, devido à descaracterização, desqualificação e aumento de lojas devolutas. Propõe-se com o reperfilamento da via, atribuir-lhe mais espaço público para a exploração comercial e equipá-la com mobiliário urbano, que hoje em dia na rua Morais Soares é praticamente inexistente. Acresce ainda o objetivo de tornar o espaço mais agradável estimulando a reabertura do comércio devoluto.

Pretende-se que a praça do Chile, sinalizada no Plano Diretor Municipal de Lisboa de 2012 como intersecção a estudar prioritariamente, volte à configuração que tinha antes de 1950 (Ver figura 40). Este espaço é atualmente um cruzamento descaracterizado, onde a estátua de Fernão de Magalhães se encontra sem qualquer enquadramento urbano. Pretender-se-á transformá-lo numa rotunda, dando um novo enquadramento à estátua, desta forma haverá vantagens para a fluência do tráfego e ao mesmo tempo a sua reestruturação conduzirá a uma configuração mais privilegiada e urbanamente mais agradável para o peão.

O espaço circundante ao antigo hospital de Arroios deixaria as suas funções de parque de estacionamento e tornar-se-ia um espaço público de circulação, eliminando os muros que presentemente circundam o antigo Hospital.

Esta intervenção de reperfilamento faria a ligação com o Mercado de Arroios, através da rua António Cardoso. Mudando o pavimento daquela rua para calçada dar-se-ia prioridade aos modos suaves e afastar-se-ia a circulação automóvel desnecessária. Este pavimento estender-se-á pela rua José Ricardo, pela rua Ângelo Pinto e por fim pela rua Rosa Damasceno, ligando desta forma a rua Morais Soares à alameda Dom Afonso Henriques por um percurso adjacente ao Mercado de Arroios.

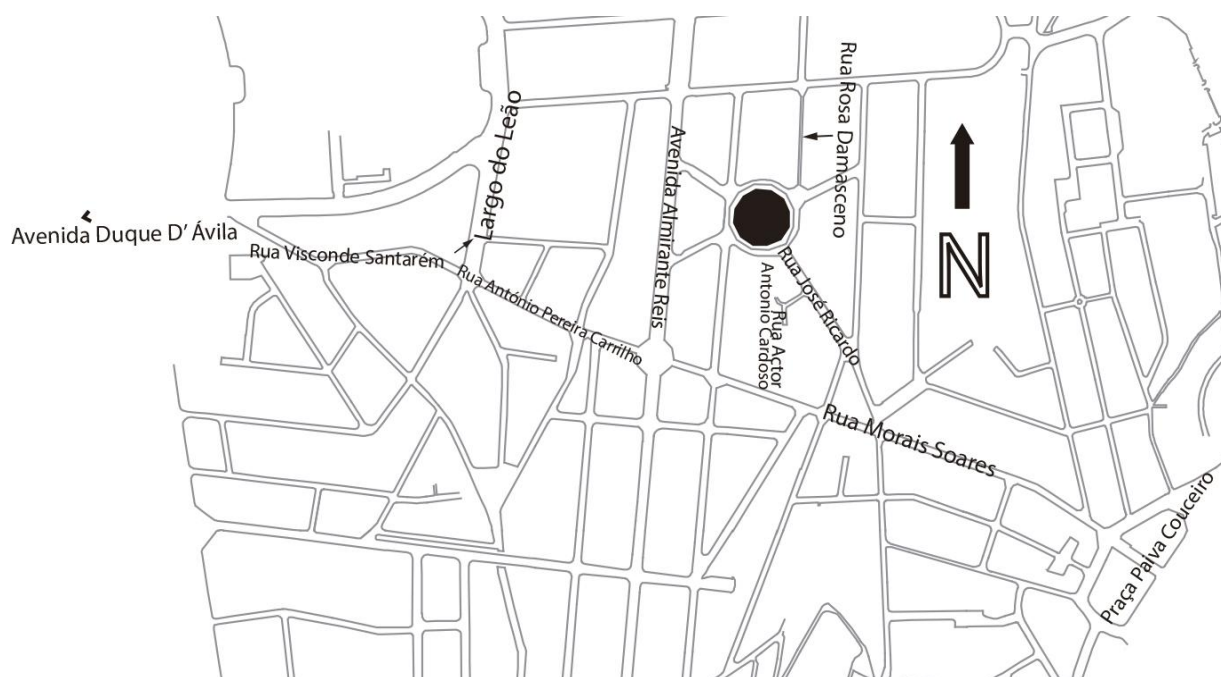


Fig. 45 Toponímia envolvente ao Mercado de Arroios, 2014. (Fonte: Candidata 2014)





Fig. 46 Esquema do percurso transversal do Mercado de Arroios. (Fonte: Candidata 2014)

#### 4.1.3. TRANSVERSALIDADE- MERCADO DE ALVALADE NORTE

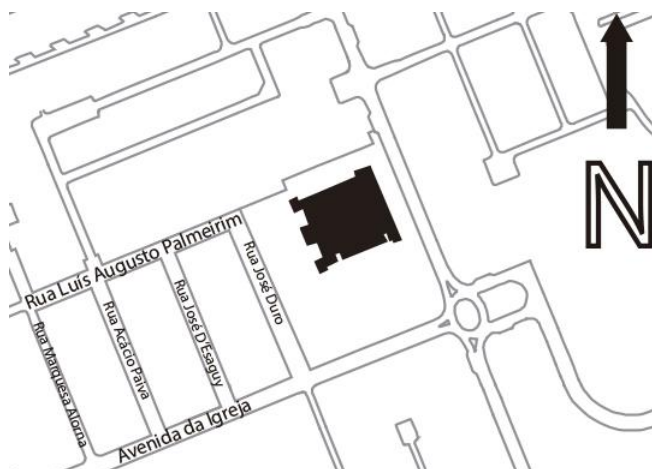


Fig. 47 Toponímia envolvente ao Mercado de Alvalade Norte.

(Fonte Candidata, 2014)

Contrariamente aos percursos já referidos, esta intervenção não pretende ser uma ligação entre cotas, pretende sim, criar um espaço público em torno do Mercado de Alvalade Norte. Passa pela eliminação da circulação automóvel nas ruas envolventes ao Mercado, para assim obter um uso exclusivo dessas ruas para modos suaves. O trânsito na rua Luís Augusto Palmeirim seria retirado até ao cruzamento com a rua Acácio Paiva, deixando maioritariamente pedonal esta rua, que liga a avenida de Roma às traseiras do Mercado de Alvalade Norte. A rua Acácio Paiva e a rua José D'Esaguy tornar-se-iam estritamente pedonais e a rua José Duro também pedonal até ao cruzamento com a avenida da Igreja. Esta estratégia engloba ainda a ocupação dos logradouros dos três quarteirões envolventes a estas ruas como espaço público. As atuais traseiras do Mercado de Alvalade Norte tornam-se um espaço complementar ao próprio Mercado, para a realização de atividades culturais e de Mercados de levante, podendo futuramente ser transferido o Mercado de levante de Alvalade Sul (único mercado de levante atualmente na cidade de Lisboa) com anexo ao exterior do Mercado de Alvalade Norte. Estas atividades poderão estender-se pela rua Luís Augusto Palmeirim e pelos interiores dos quarteirões, expandindo assim o Mercado de Alvalade Norte para além das suas paredes físicas.

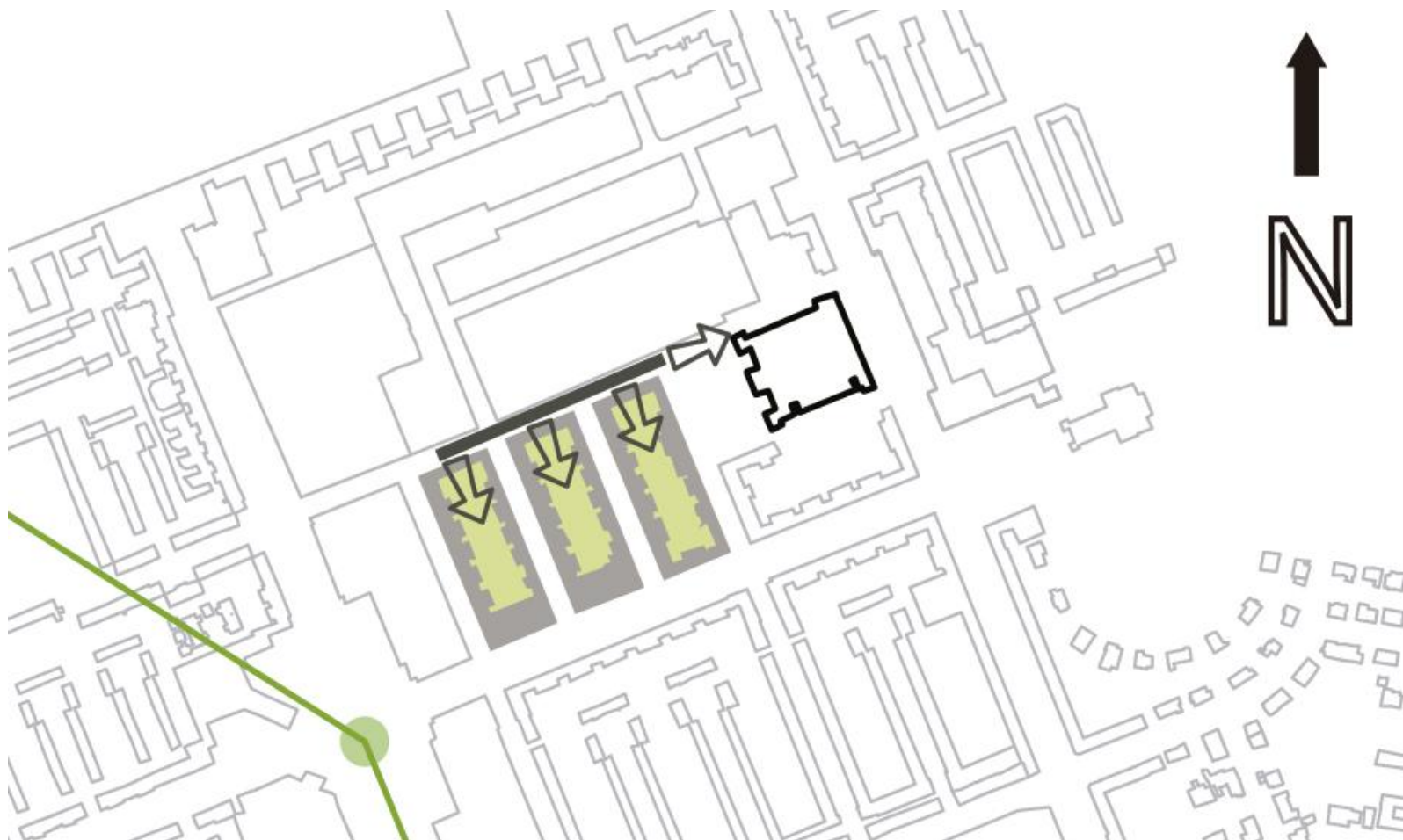


Fig. 48 Esquema do percurso transversal do Mercado de Alvalade Norte. (Fonte Candidata 2014)



## 4.2. LOGRADOUROS COMPLEMENTARES AO MERCADO DE ARROIOS



Fig. 49 Vista sobre a area de intervenção  
(Fonte: [www.bingmaps.com](http://www.bingmaps.com))

O Mercado de Arroios atualmente na Cidade de Lisboa é o próximo Mercado a necessitar de uma estratégia de Revitalização, por ser o mais antigo, em atividade, nesta cidade e que não foi alvo de intervenção. Torna-se assim necessário elaborar uma estratégia para este Mercado, para que não venha a encerrar, não mude de funções e possa manter a sua identidade num contexto atual. O Mercado de Arroios é um espaço com mais de 70 anos, carregado de história e importância para a comunidade. Mudar por inteiro o programa do Mercado seria mudar-lhe a sua identidade.

A área envolvente ao Mercado de Arroios é caracterizada do ponto de vista populacional, com base nas observações feitas, por uma população com origens étnicas e culturais diversas e por uma população idosa. É possível observar contudo alguma população jovem que se movimenta no espaço envolvente ao Mercado, devido às proximidades com o Instituto Superior Técnico e com a Escola Artística António Arroio. Esta faixa etária mais jovem não usufrui dos serviços, nem do Comércio oferecido atualmente pelo Mercado, sendo este espaço de sociabilidade usufruído por uma faixa etária mais envelhecida. Pretende-se com este

projeto que se mantenham as suas funções originais mas complementadas com um programa que possa atrair jovens aos espaços que rodeiam o Mercado.

Os principais problemas observados nesta área são a falta de estacionamento, não só para moradores como para cargas e descargas o que leva a uma exagerada ocupação da via pública. O estacionamento abusivo retira o espaço de passeio e a visibilidade do Mercado. Pretende-se retirar o tráfego e o estacionamento em excesso em torno do Mercado, ganhando maior visibilidade para o peão.

Criar-se-ão dois parques de estacionamento independentes. Um parque para moradores, no logradouro 5, com capacidade para cinquenta lugares, sustentável com a cobrança de uma renda mensal aos seus utilizadores. Tendo em atenção que um dos principais fatores que levam os Mercados atualmente a não conseguir competir com os Hipermercados é a falta de oferta de estacionamento, propõe-se a criação de um outro parque de estacionamento para visitantes, no logradouro 6. Parque este que será independente do parque para moradores, terá uma capacidade de cento e vinte e seis lugares, com pagamento à hora, sendo quatro deles exclusivos para pessoas com mobilidade reduzida.

Este último terá ligação direta ao piso inferior do mercado e um espaço para cargas e descargas com um monta-cargas que facilitará o acesso dos produtos ao piso superior. Conseguir-se-á deste modo deixar a via pública desobstruída de cargas e descargas e de estacionamento abusivo, aumentando o espaço dedicado a esplanadas e à circulação em torno do Mercado.



Fig. 50 Pavimento da High-line, Nova Iorque. (Fonte: Candidata, 2014)

Aos logradouros da envoltória, que se encontram ocupados maioritariamente por garagens e armazéns de lojas, propõe-se a sua recuperação para espaços públicos complementares aos Mercados. Nos edifícios envolventes ao Mercado são visíveis as entradas para espaços interiores, como se pode observar na figura 51. Estes espaços serão utilizados para acesso público aos logradouros. Nos logradouros em que não haja entradas modificar-se-ão pisos térreos de edifícios que permitam a permeabilidade para o logradouro. Cria-se desta forma uma rede de espaços públicos interligados em torno do Mercado. Toda a edificação e muros, criados dentro dos Logradouros, terão como materialidade betão armado aparente. Cada um deles terá uma função específica, mas todos terão como base comum o pavimento que será o mesmo e que estará igualmente em volta do Mercado de Arroios, expressando uma leitura de unificação de espaços.

As medidas propostas para o pavimento são de 0.25 metros por 2 metros o qual será colocado desencontradamente, tendo como referência o pavimento da High-line em Nova Iorque, devendo ter a mesma métrica e a mesma materialidade, como se pode observar na Figura 50. O mobiliário urbano será criado de modo a encaixar-se na orientação e métrica do pavimento. Esta métrica de pavimento irá sair do próprio logradouro e expandir-se para o passeio exterior a ele, sinalizando a quem passa a existência de um percurso alternativo (Fig. 50). O alinhamento do pavimento indica a direção que o peão deve seguir, o cruzamento de malhas com diferentes direções dá origem a espaços arborizados. Todos os logradouros privados vizinhos aos novos logradouros públicos terão acesso direto ao espaço público, fazendo com que os habitantes dos edifícios que o cercam sintam que o novo espaço foi criado como uma extensão do seu próprio espaço privado.



Fig. 51 Espaço de entrada para o logradouro. (Fonte Candidata, 2014)





Fig. 52 Desenho da intenção de acesso ao interior dos logradouros.

(Fonte: Candidata, 2014)

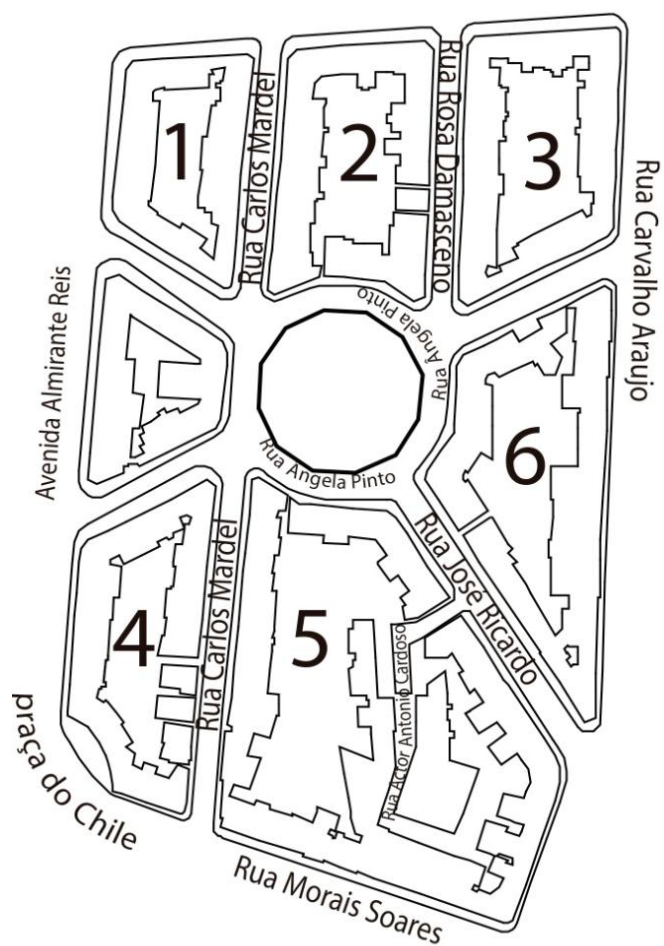


Fig. 53 Toponímia e identificação dos Logradouros envolventes ao Mercado de Arroios.

(Fonte: Candidata, 2014)



Como já referido cada logradouro, identificado segundo a figura 53, terá uma função diferente a qual se descreve:

### LOGRADOURO 1

É de entre todos os logradouros intervencionados o único com permeabilidade mínima (este tipo de permeabilidade foi definido anteriormente no capítulo 3. Estado da Arte), apenas dando acesso a um espaço público. O acesso a este espaço é feito pelo piso térreo de um edifício, transformando uma loja existente num espaço de passagem. Este logradouro é composto por mobiliário urbano, vegetação e um espelho de água central.

### LOGRADOURO 2

Permite uma maior permeabilidade conectando as Ruas Carlos Mardel e as Ruas Rosa Damasceno. O acesso pela Rua Carlos Mardel é feito pela modificação do piso térreo do edifício e o acesso ao logradouro pela Rua Rosa Damasceno é permitido por uma entrada já existente entre edifícios. Tem no seu espaço central bancadas desmontáveis, inspiradas no existente Mercado da Rua de Hunyadi em Budapeste, as quais permitem a realização de Mercados dentro do logradouro (Fig.55), e ao mesmo tempo não impedem a sua utilização como espaço público, pelo facto de se poderem recolher (Fig.54).



Fig. 55 Mercado da Rua Hunyadi em funcionamento, Budapeste, 2013.  
(Fonte: [http://mandiner.blog.hu/2013/05/07/hunyadi\\_ter\\_visszater\\_](http://mandiner.blog.hu/2013/05/07/hunyadi_ter_visszater_))



Fig. 54 Mercado da Rua Hunyadi com a estrutura recolhida, Budapeste, 2013.  
(Fonte: [http://varosban.blog.hu/2013/05/16/zenes\\_piac\\_cal\\_robbant\\_a\\_tavasz\\_a\\_hunyadi\\_teren](http://varosban.blog.hu/2013/05/16/zenes_piac_cal_robbant_a_tavasz_a_hunyadi_teren))

### LOGRADOURO 3

Cria a ligação entre as ruas Rosa Damasceno e a rua Carvalho Araújo. As entradas são feitas através da alteração dos pisos térreos dos edifícios. O percurso contém lances de escadas de modo a superar a elevada diferenciação de cotas existentes entre uma rua e outra. Este espaço público tem como elemento central uma chaminé proveniente de um forno de uma padaria que aí se situava, elemento que servirá de marco no espaço público.

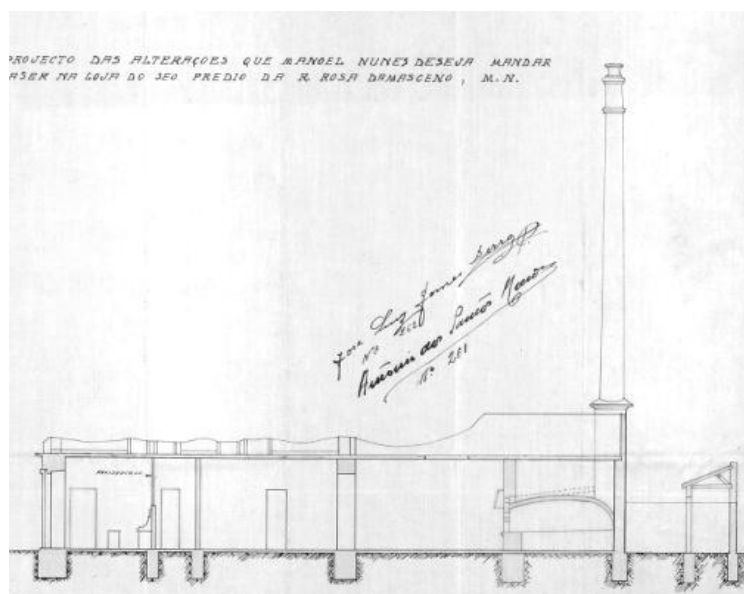


Fig. 56 Corte do edifício, onde se pode observar a existência da chaminé dentro do logradouro.

### LOGRADOURO 4

Logradouro de grande visibilidade por uma entrada na Praça do Chile. Conecta a Praça do Chile com a Rua Carlos Mardel em duas saídas diferentes. A entrada pela Praça do Chile é feita por um piso térreo de um edifício e as outras duas entradas são feitas através dos espaços entre os edifícios que o circundam. É um espaço amplo, deixado com um programa flexível, colocando apenas mobiliário urbano, para que ele possa ser usado pelas pessoas de forma diversa.

## LOGRADOURO 5

É simultaneamente um espaço público e um estacionamento para residentes, sendo possível ter acesso ao espaço interior através da Rua Actor António Cardoso e da Rua Ângela Pinto. A ocupação deste espaço foi feita através da demolição da estrutura de um Supermercado existente. A cobertura deste estacionamento é um espaço público amplo onde podemos encontrar uma laje coberta de vegetação elevada a um metro da laje de cobertura do estacionamento, permitindo a iluminação natural do espaço de estacionamento (Ver figura 57). A sua cobertura faz a ligação com a cota inferior através de uma rampa com a largura de cinco metros permitindo a fluidez entre as duas cotas de espaço público. Na cota inferior temos uma entrada direta do peão para o estacionamento.

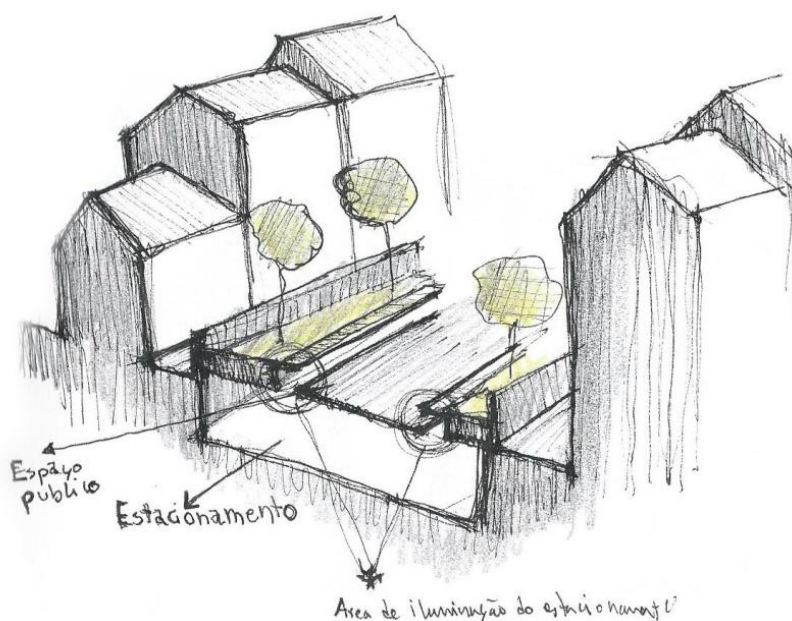


Fig. 57 Desenho demonstrativo do modo de iluminação e ventilação do estacionamento. (Fonte Candidata 2014)

## LOGRADOURO 6

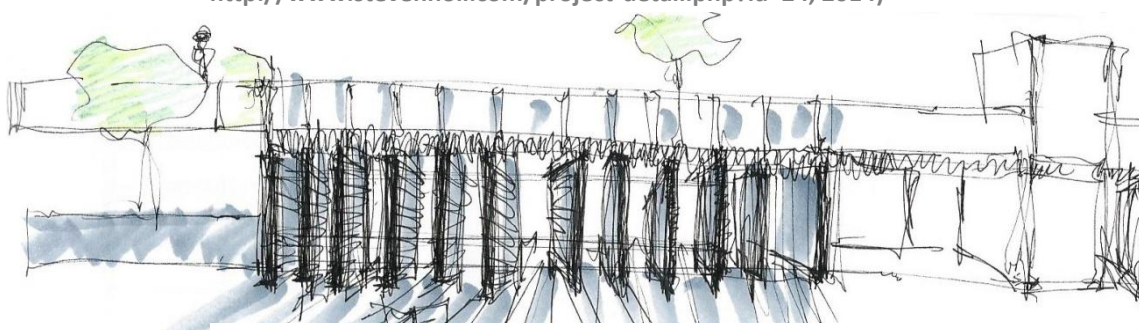
As entradas para este logradouro são feitas através de dois espaços já existentes para acesso ao interior e na cota superior a entrada pela Rua Carvalho Araújo é feita pela modificação de um piso térreo. Foi escolhido este logradouro para desenvolver um programa que aproxime os jovens do mercado, devido a proximidade entre a entrada para este espaço e a entrada do Mercado de Arroios.

Neste Logradouro podemos encontrar à cota inferior o estacionamento para os visitantes do Mercado. Este parque tem dois acessos para o exterior, através do interior do Mercado e através do interior do Logradouro. No acesso do parque de estacionamento para o espaço público, no interior do logradouro, desde o último lance de escadas até ao acesso ao espaço público são visíveis vários rasgos na cobertura, os quais iluminam este espaço.

Neste espaço público podemos encontrar um auditório, que através de rampas ou degraus nos dá acesso ao primeiro piso do parque de estacionamento. Neste espaço como programa ter-se-á uma loja, uma galeria e um espaço de estudo destinado a atrair população estudante. Todos estes espaços têm como fachada painéis rotativos (ver figura 59) de um metro de comprimento, que permitem diferentes dinâmicas com o espaço público, uma permeabilidade total para o espaço público, uma permeabilidade nula com o espaço público, ou com possível escolha do grau de permeabilidade com o espaço público. A criação deste tipo de fachada teve como referência a fachada da Galeria Storefront for Art and Architecture (ver figura 58) em Nova Iorque, cuja fachada é composta por diferentes painéis com o intuito de poder criar diferentes relações com o espaço público.



**Fig. 58 Fachada da Galeria Storefront, 1993 (Fonte: <http://www.stevenholl.com/project-detail.php?id=24>, 2014)**



**Fig. 59 Esboço da Fachada da Galeria (Fonte: Candidata 2014)**

O espaço de estudo tem capacidade para 65 estudantes e é composto por salas de estudo com diferentes graus de privacidade, duas casas de banho inclusivas, uma copa e duas mezanini. Estas mezanini permitem a iluminação das salas dos pisos inferiores e um acesso à cota superior para a saída que dá acesso à Rua Carvalho Araújo. O saguão é o espaço central, este permite não só iluminar os espaços de estudo em torno dele (ver figura 60), como permite que quem se encontre no espaço público a uma cota superior tenha visibilidade para as dinâmicas no interior deste espaço. A cobertura das *mezanini* é inclinada permitindo ter uma bancada onde os utilizadores se podem sentar e ter visibilidade para todo o logradouro. (Ver figura 61)

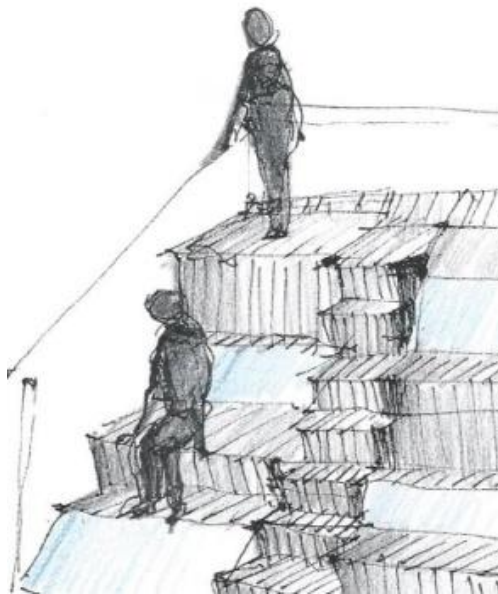


Fig. 60 Desenho das Bancadas inseridas na cobertura da mezanini. (Fonte: Candidata, 2014)

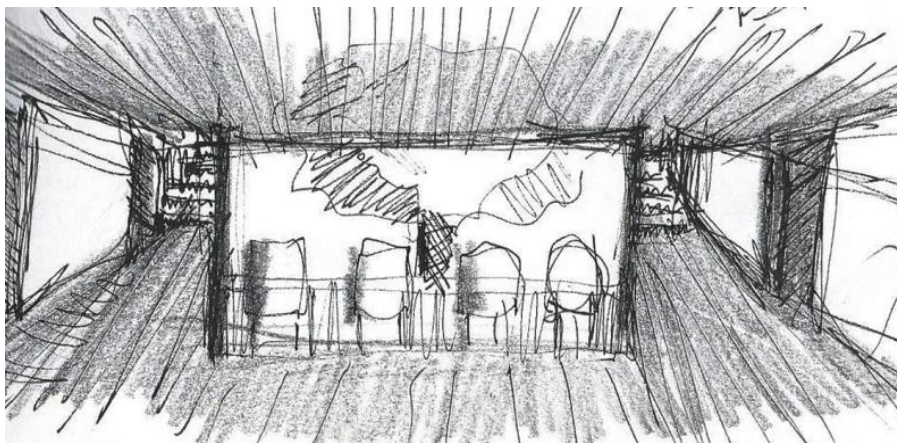


Fig. 61 Esboço da zona de estudo em torno do Saguão. (Fonte: Candidata, 2014)



#### 4.3. ESTRATÉGIA DE INTERVENÇÃO NO INTERIOR DO MERCADO DE ARROIOS

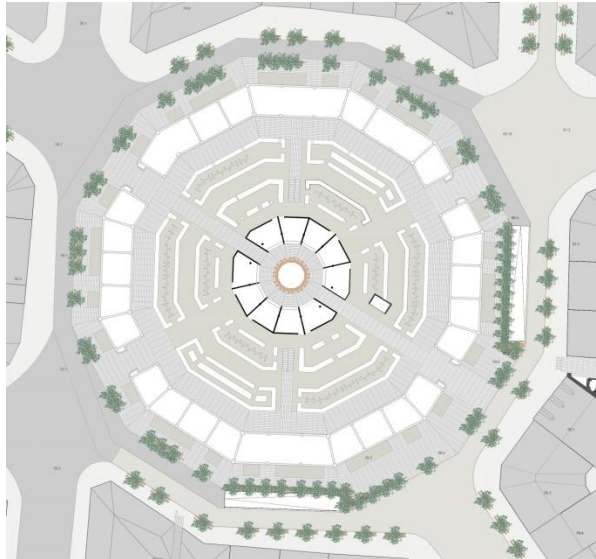


Fig. 62 Planta do piso térreo do Mercado

(Fonte: Candidata, 2014)

A elaboração de uma estratégia para um programa no interior do Mercado teve como principal preocupação manter a identidade do mesmo. No Capítulo 3. Estado da Arte, são referidas as principais críticas às intervenções feitas no Convent Garden em Londres e no Mercado de San Miguel em Madrid. Estas críticas foram a perda da memória do lugar e da identidade.

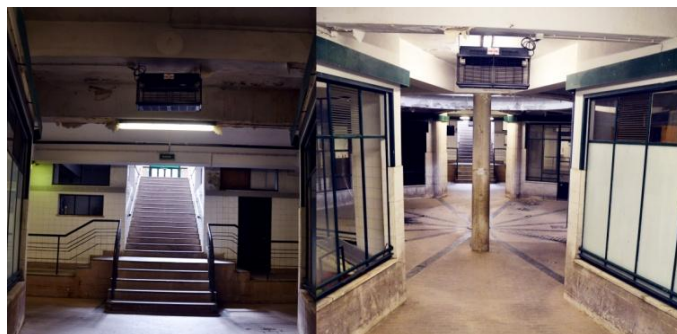


Fig. 63 Fotografias do piso subterrâneo do Mercado de Arroios (Elaboração pela Candidata 2014)

Manteve-se o piso superior com o programa atual de Mercado tradicional (Ver figura 64), com vista a preservar a identidade do Mercado, apenas retirando o programa do núcleo central (onde se encontrava um café e uma florista). Cria-se uma continuação de pavimento entre o exterior e o interior, para que estes espaços tenham uma leitura comum. A atividade de restauração será centralizada nos espaços que dão para o exterior do mercado. Propõe-se a criação de uma secção no interior do mercado exclusiva à venda de flores. O núcleo de lojas centrais passa a ser um espaço de Mercado de Fusão, para refeições. O conceito de Mercado de Fusão, baseado no existente na Praça do Martim Moniz, propõe a criação de diversos espaços de restauração ou de venda de produtos, representantes de diversas culturas. Este espaço terá no centro uma área com mesas e bancos, destinado a refeições. (Ver figura 64)

O núcleo de lojas que dão para o espaço exterior continua com o programa original, apenas destinando o espaço onde o passeio se torna mais largo para restauração. Pretende-se a inserção de uma lavandaria self-service, com vista a dar continuidade ao programa existente no logradouro 6, destinado a uma faixa etária mais jovem. São deixados espaços vazios no perímetro exterior, com vista à manutenção do programa já existente, de modo a não retirar nenhum comerciante.

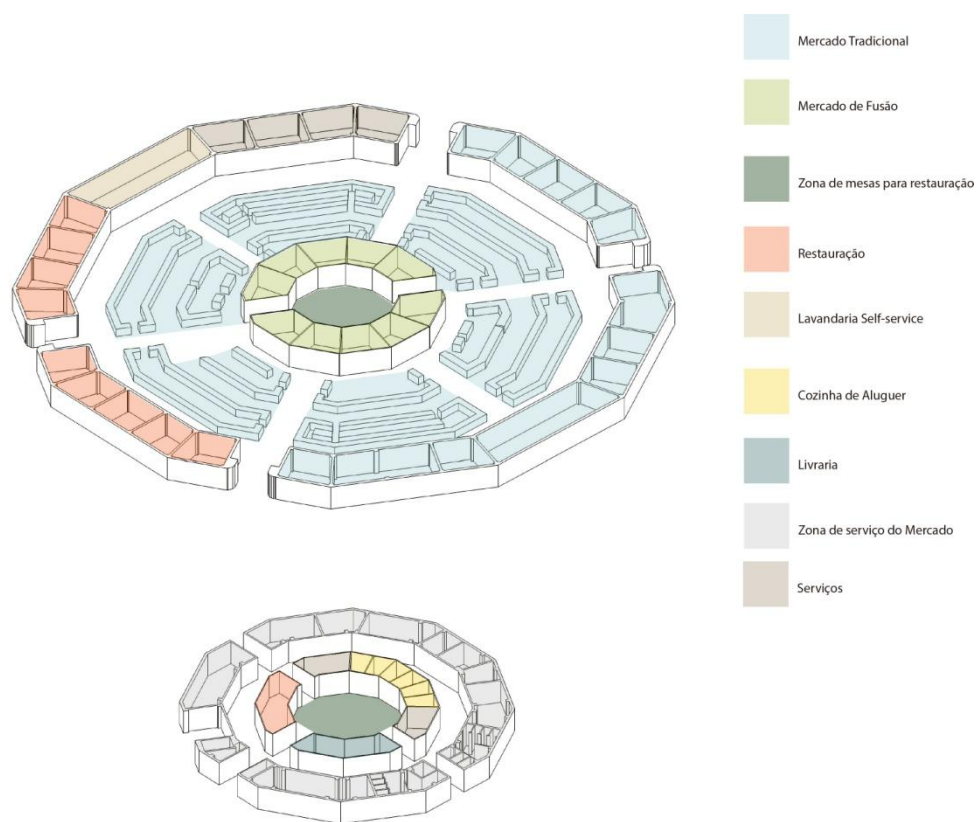
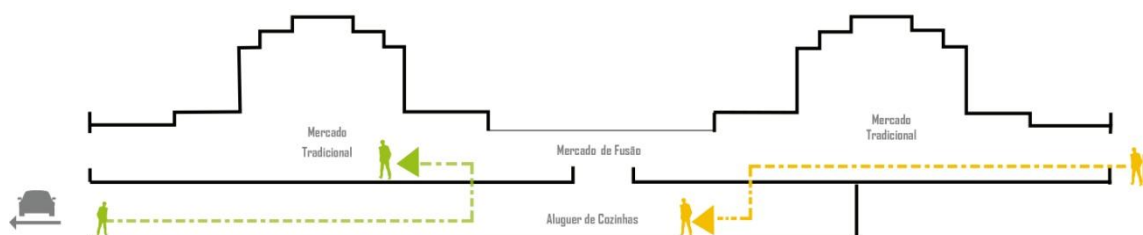


Fig. 64 Esquema de funções do Mercado de Arroios (Fonte: Candidata, 2014)

A parte do piso inferior, que se encontra desocupada (Ver figura 63) por ter sido espaço para matadouros de aves, tulha e cantina, continuará com a zona de balneários, armazéns e câmaras frigoríficas nos espaços do perímetro exterior. No espaço central propõe-se a ocupação com uma livraria e espaços cozinha para aluguel temporário (Por refeição, ou por semana). Pretende-se com a criação destes espaço de aluguel a criação de um movimento de compra de produtos no mercado por parte de quem aluga estes espaços, movimento este que possa ajudar a as sustentar a venda de produtos tradicionais no mercado.

Este piso inferior terá um espaço central com mesa e cadeiras onde para além de servir de espaço de refeições, poderá servir para a realização de diversas atividades culturais. Este espaço terá um horário independente do horário do Mercado, podendo dar vitalidade a este para além do horário da venda de produtos tradicionais.

Pretende-se deste modo a criação de dois percursos, como é possível ver na figura 65. O percurso a amarelo pertence ao utilizador tradicional, o qual continuará a ter os produtos no piso onde estava habituado, mas sendo atraído para descobrir novos produtos e para o novo espaço no piso inferior do mercado. O percurso a verde na figura 44 é destinado à atração de novos públicos que desconheciam o mercado, um público-alvo tendencialmente atraído por um programa diferente, com a comodidade do acesso direto do parque de estacionamento ao interior do Mercado, onde encontra uma livraria e as cozinhas de aluguer e só depois descobre o Mercado Tradicional, dirigindo-se posteriormente ao Mercado de Fusão.



**Fig. 65 Esquema de percursos propostos no Mercado de Arroios. (A amarelo utilizador tradicional e a verde novo utilizador.) (Fonte: Candidata 2014)**



## CONCLUSÃO

Numa cidade que já pouco se expande, onde a malha é consolidada, o papel do Arquiteto Urbanista passa por reinterpretar os espaços já existentes, dando um novo contexto aos espaços que foram perdendo o seu lugar na cidade. “Revitalizar através dos espaços Públicos” é ter em conta o papel fundamental dos espaços públicos para a cidade e a sua importância para o reforço dos laços sociais e quebra do isolamento. Este trabalho passou por reinterpretar a função de logradouros esquecidos, tornando-os num novo espaço público e por repensar o papel do Mercado, transformando-o num novo coração da comunidade.

Os Mercados Municipais deixaram de pertencer a rotinas diárias e a um modo de vida atual. A importância destes espaços na cidade vai para além da importância que estes têm como espaço de venda de produtos. O Mercado não deve ser visto em termos arquitetónicos, como uma tipologia cujo programa se encontra obsoleto, mas deve sim ser interpretado pela sua identidade. Integrar os Mercados numa rede de espaços públicos e dar novo destaque urbano a estes espaços foi o objetivo deste trabalho.

Pretendendo reforçar o papel do Mercado na escala urbana da Cidade de Lisboa, elaborou-se uma estratégia através de três percursos transversais tangentes respetivamente aos Mercados Forno do Tijolo, Mercado de Arroios e Mercado de Alvalade. Incidiu-se seguidamente numa escala mais aprofundada na intervenção no espaço envolvente ao Mercado Arroios, onde se procurou implementar uma estratégia de complementaridade de funções, procurando complementar a oferta de espaços tradicionalmente atribuídas ao mercado, com funções que atráissem um novo público, como por exemplo: salas de estudo, galeria, lavandaria self-service. mas mantendo o espaço de comércio tradicional com maior destaque. Estas funções seriam inseridas não unicamente no edifício do próprio Mercado, mas igualmente inseridas em espaços públicos em relação direta com este.

Foi fundamental para o desenvolvimento do trabalho, o entendimento das estratégias implementadas em outros Mercados, para perceber que a eliminação do espaço de Mercado tradicional e a perda de identidade do mesmo tem sido um elemento crítico. A anexação de funções com um carácter social tem sido fundamental para a atratividade de novos públicos.

Nos casos de estudos referentes aos logradouros foi importante a análise de duas abordagens diferentes, concluindo que os logradouros podem funcionar como espaços privados ou

espaços públicos. Optou-se neste âmbito por abrir estes espaços ao público, criando novos percursos e funções dentro dos mesmos.

A complementaridade entre o espaço privado e o espaço público, nomeadamente ao nível dos mercados de vendas tradicionais apresenta-se como um desafio para a revitalização urbana com interessantes potencialidades.

18203

---



## **ANEXO**



## **ÍNDICE DE ANEXOS**

### ELEMENTOS FINAIS

PAINEIS

### ELEMENTOS AUXILIARES DE PROJECTO

FOTOGRAFIAS DAS MAQUETES

DESENHOS TÉCNICOS UTILIZADOS PARA A  
ELABORAÇÃO DO PROJECTO

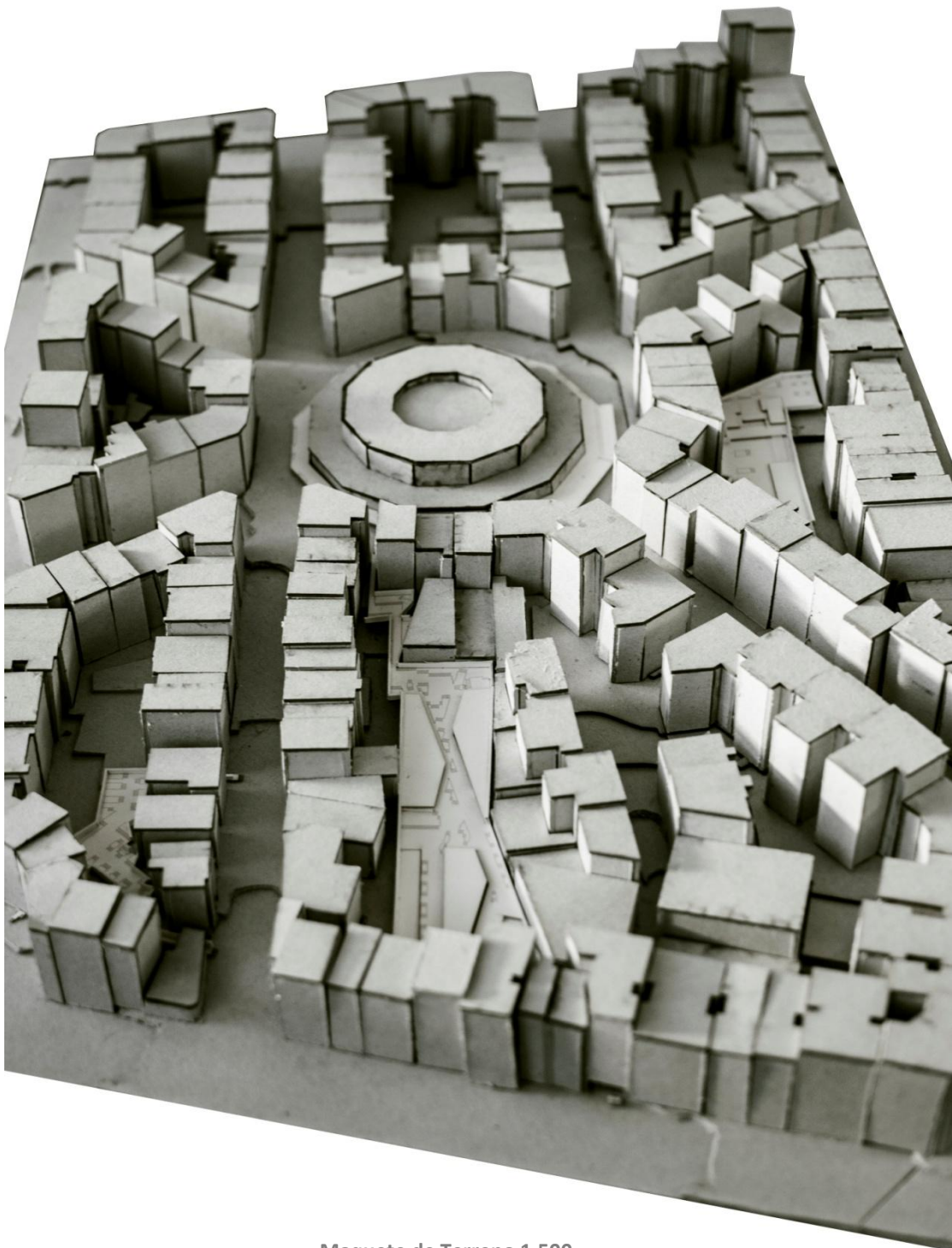




**PAINÉIS**



## FOTOGRAFIAS DAS MAQUETES



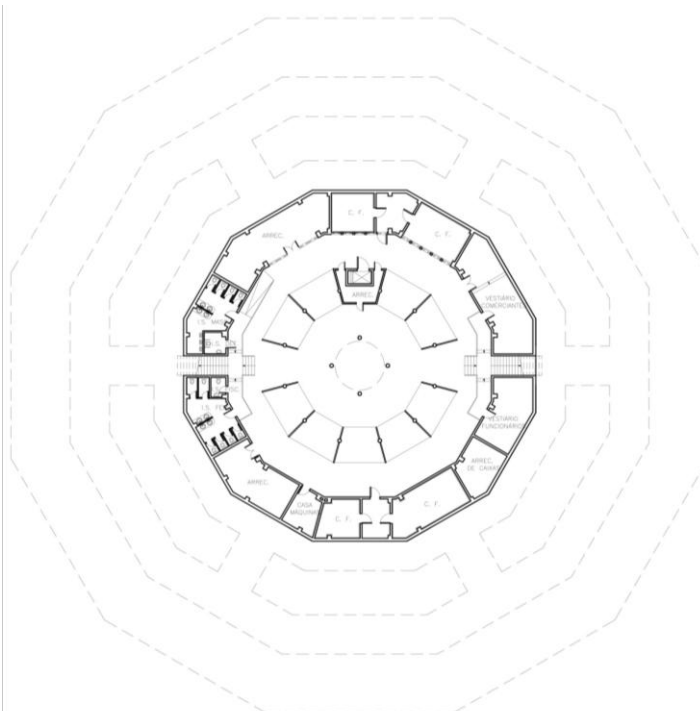
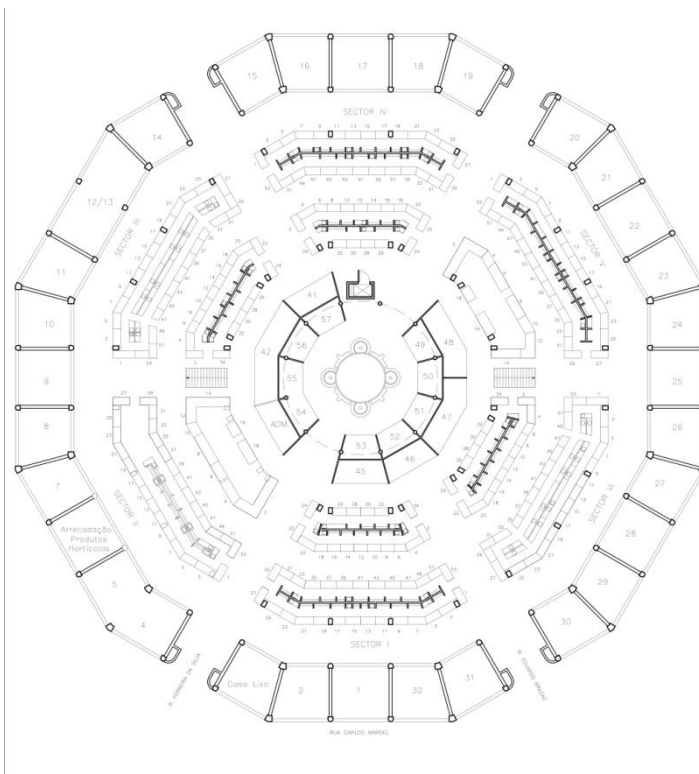
Maquete de Terreno 1.500



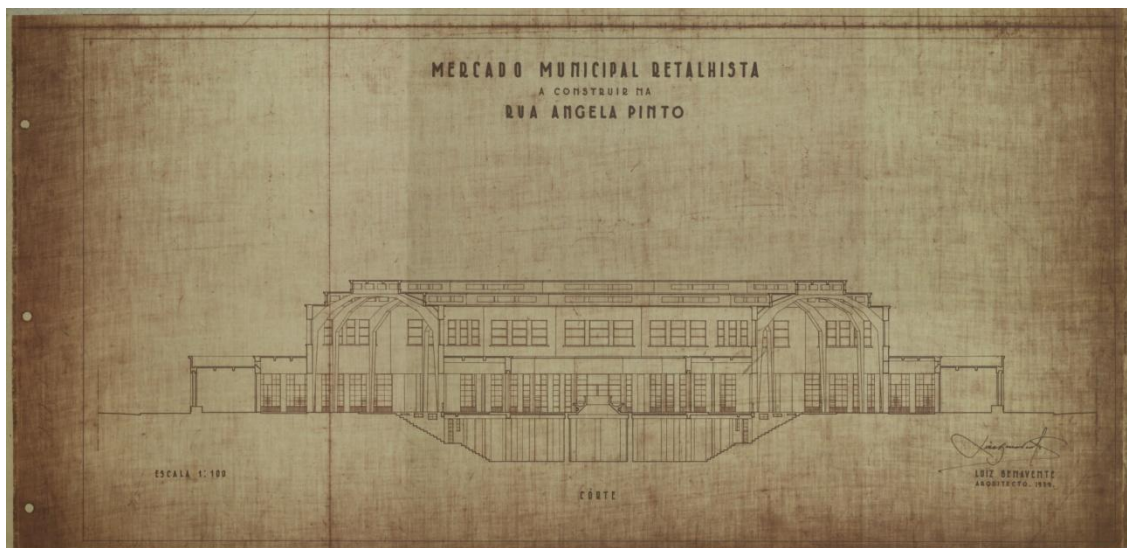
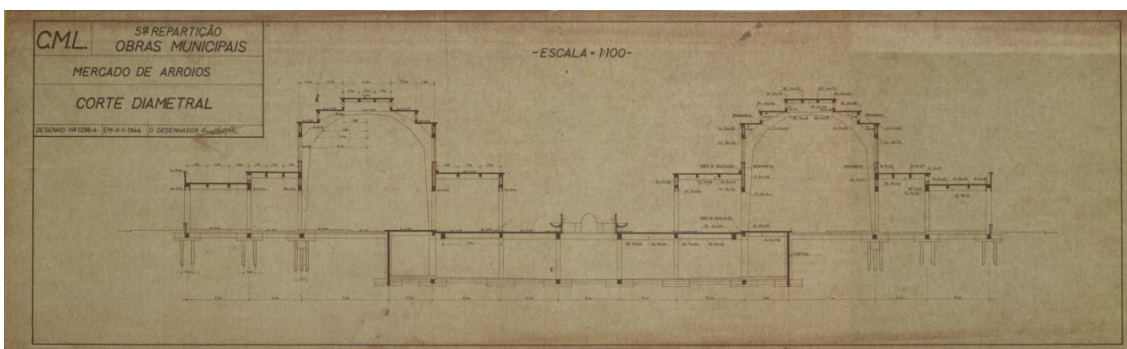
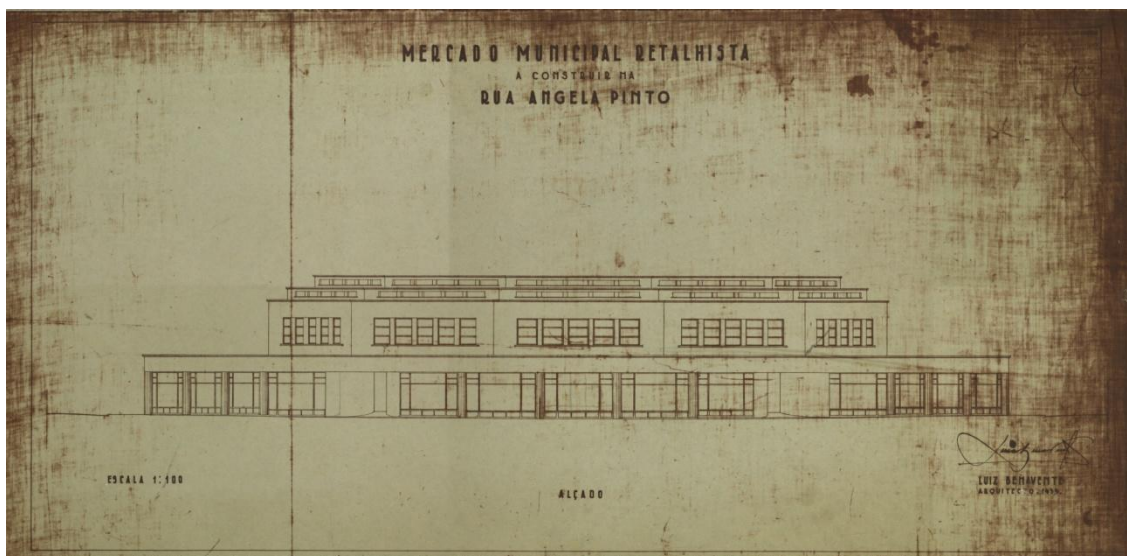
Maquete de Estudo 1.200

## DESENHOS TÉCNICOS UTILIZADOS PARA A ELABORAÇÃO DO PROJECTO

DESENHOS TÉCNICOS DO MERCADO DE ARROIOS  
FORNECIDOS PELA DIVISÃO DE MERCADOS E FEIRAS DE LISBOA

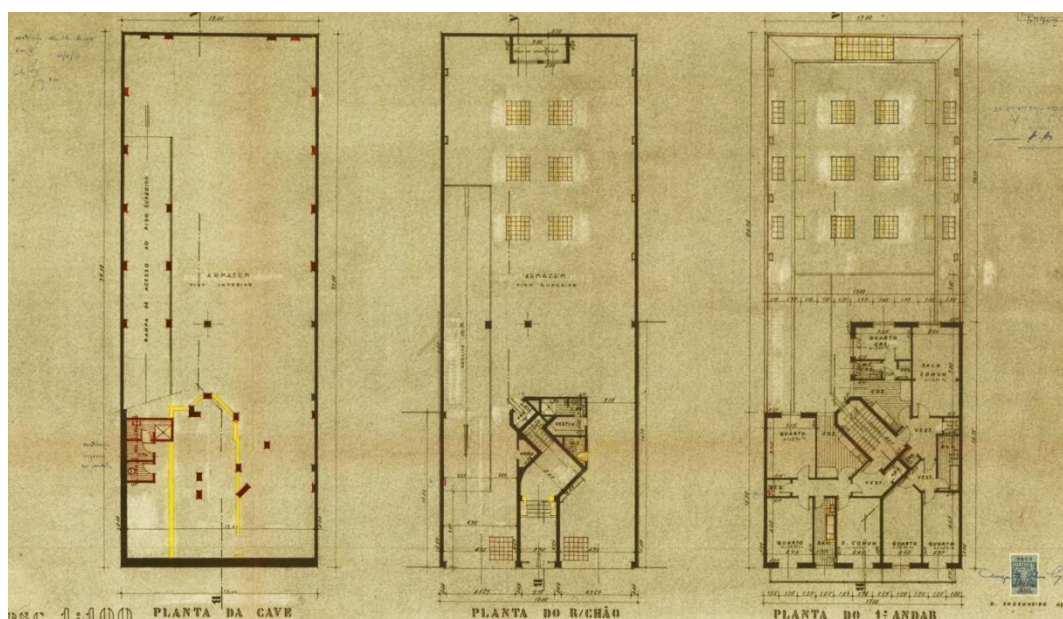
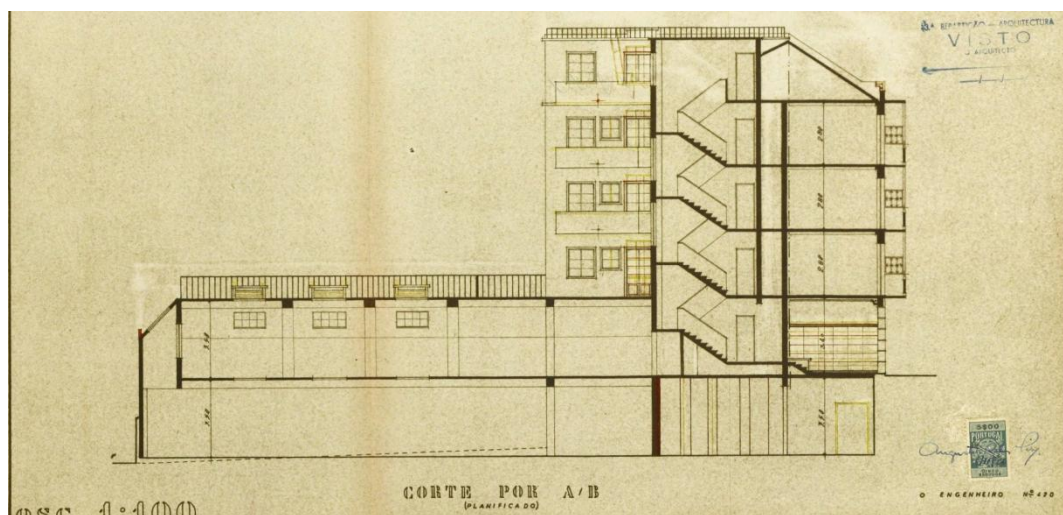






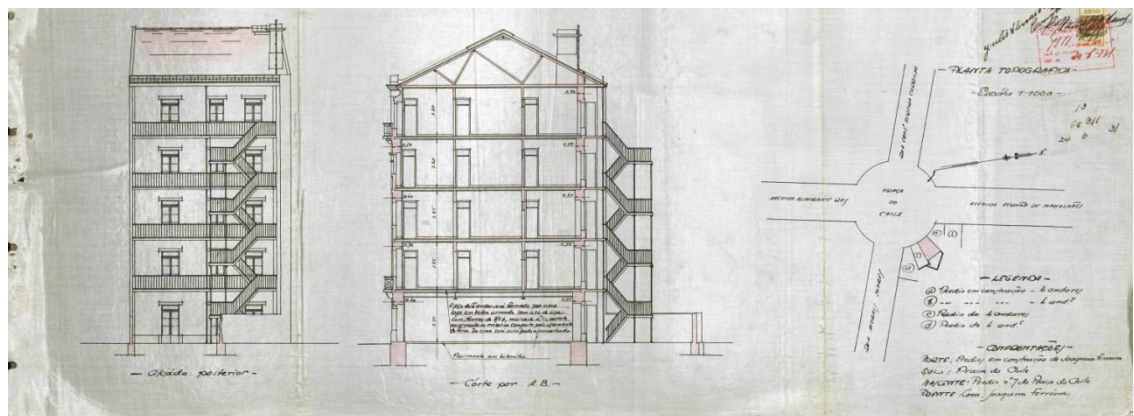
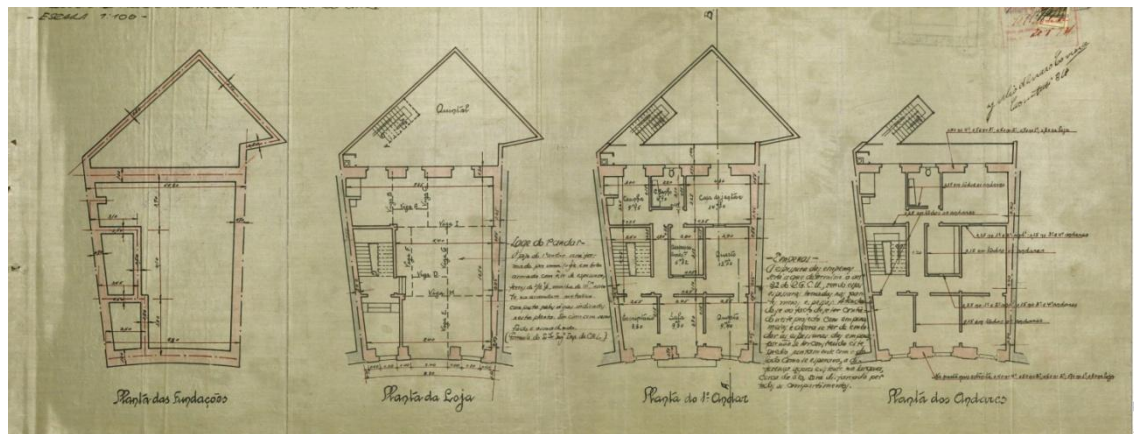
DESENHOS TÉCNICOS DOS EDIFÍCIOS  
INTERVENIONADOS, OBTIDOS ATRÁVES DO  
ARQUIVO INTERMÉDICO DE LISBOA

Edifício na Rua Carvalho Araújo nº 93

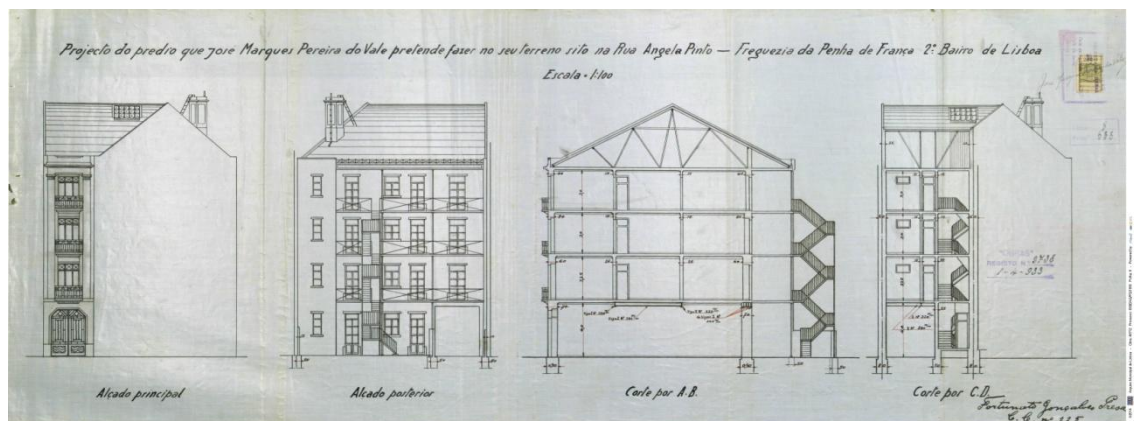
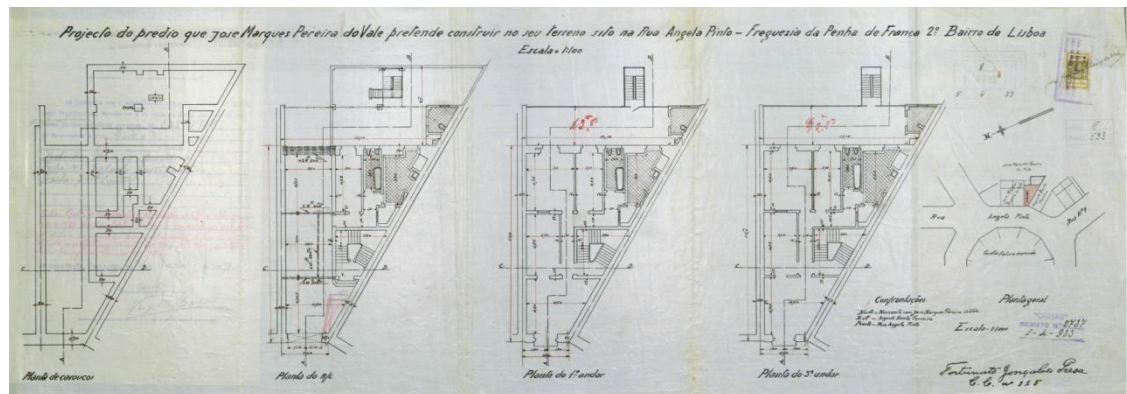




## Edifício na Praça do Chile nº8

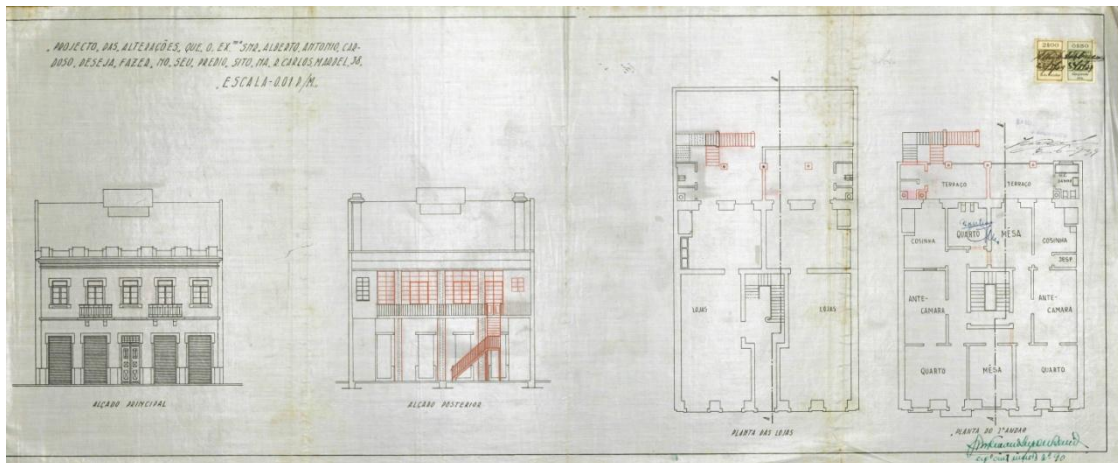


## Edifício na Rua Ângela Pinto nº 22

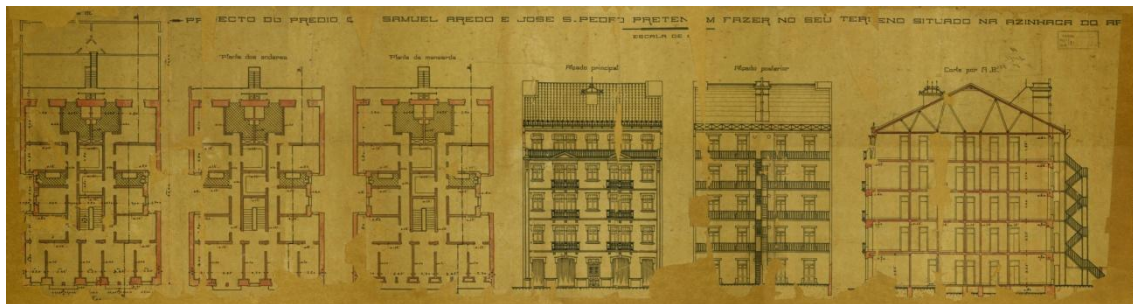




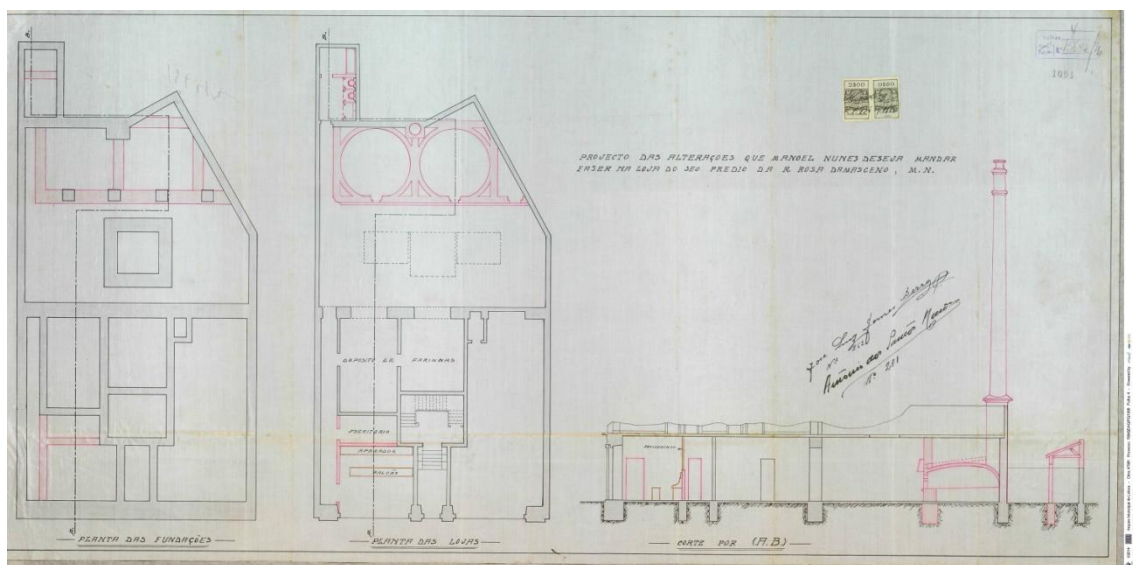
## Edifício na Rua Carlos Mardel nº38



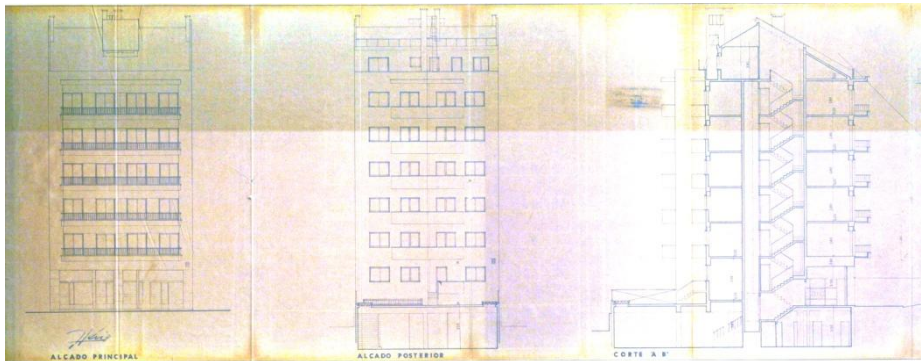
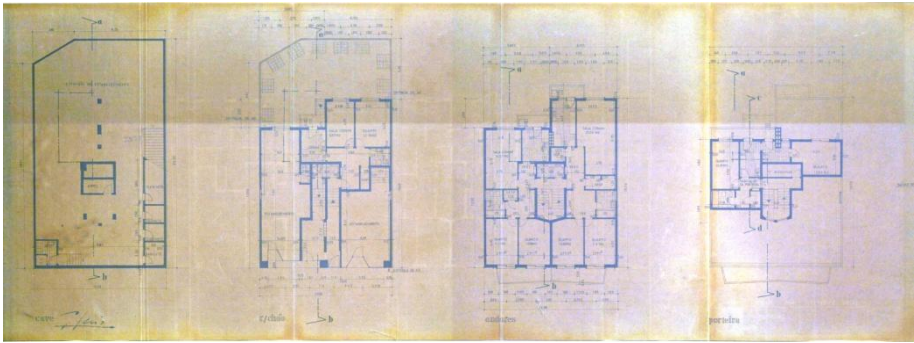
## Edifício na Rua Carvalho Araújo nº 65



## Edifício na Rua Rosa Damasceno nº 8



Edifício na Rua Ferreira da Silva nº10



## BIBLIOGRAFIA

- ANDRADE, L. T. D., JAYME, J. G. & ALMEIDA, R. D. C. 2009. Espaços públicos: novas sociabilidades, novos controlos. *Cadernos metrópole* 21, 21, 131-153.
- ASCHER, F. 1998. *Metapolis*, Oeiras, Celta editora.
- AUGÉ, M. 1994. *Não-Lugares*, Betrand.
- BALSAS, C. 1999. *Urbanismo Comercial em Portugal e a Revitalização do Centro das Cidades* Lisboa, Gabinete de Estudos e Prospectiva Económica, Ministério da Economia.
- BALSAS, C. 2007. City Centre Revitalization in Portugal: A Study of Lisbon and Porto. *Journal of Urban Design*, 12, 231-259.
- BORJA, J. & MUXÌ, Z. 2003. *El espacio público: Ciudad y ciudadanía*, Barcelona, Electa.
- C.M.LISBOA. *Toponímia de Lisboa* [Online]. Lisboa: Direcção Municipal de Cultura Departamento de Património Cultural Núcleo de Toponímia Available: <http://toponimia.cm-lisboa.pt/pls/htmldb/f?p=106:1:2600523389268000> [Accessed 1/8 2013].
- C.M.LISBOA 1999. *Cassiano Branco uma obra para o futuro*, Lisboa, ASA.
- C.M.LISBOA 2013. Saber Alvalade- Roteiro de um Bairro.
- C.M.PORTO. 2008. *Câmara decide abrir concurso público para dinamizar o «Ferreira Borges»* [Online]. Porto. Available: <http://www.cm-porto.pt/gen.pl?p=stories&op=view&fokey=cmp.stories/8491> [Accessed 9 de Julho 2013].
- CARMONA, M. & TIESDELL, S. 2007. *Urban Design Reader*, New york, Architectural Press.
- CASTRO, A. 2002. Espaços Públicos, Coexistencia Social e Civilidade. *Cidade-Comunidade e Territórios*, 5º, 33-67.
- CATTELL, V., DINES, N., GESTER, W. & CURTIS, S. 2008. Minling, Obseving, and lingering: Everyday public spaces and their implications for well-being and social relations. *Health&Place*, 14, 544
- CLARA, Ana. 2014. Lisboa - A nova vida do Mercado de Campo de Ourique. Available: [http://www.cafeportugal.net/pages/sitios\\_artigo.aspx?id=7443](http://www.cafeportugal.net/pages/sitios_artigo.aspx?id=7443) [Accessed 28/5/2014]
- COHN, D. 2006. EMBT daubs an innovative urban-renewal strategy with a high-spirited riot of color in Barcelona's Santa Caterina Market.
- CORDEIRO, G. Í. & VIDAL, F. 2008. *A rua: espaço, tempo, sociabilidade, Lisboa*, Lisboa, Livros Horizonte.
- CORDEIRO, Ana Dias. 2011. Ricardo Bak Gordon vence Prémio Ibérico de Arquitectura 2011. *Jornal Público*. Available: <http://www.publico.pt/cultura/noticia/ricardo-bak-gordon-vence-premio-iberico-de-arquitectura-2011-1503107>

- DELGADO, M. H. B. L. S. 2010. *A Arquitectura do ferro em Lisboa, séculos XIX e XX - os elevadores e os mercados na cidade em metamorfose* Doutoramento em Arquitectura/Historia de Arquitectura, Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa.
- DIAS, M. T. 1991. *Lisboa Desaparecida*, Lisboa, Quimera Editorias Lda.
- FAULK, D. 2006. The Process and Practice of Downtown Revitalization. *The Policy studies Organization*, 23.
- FERREIRA, P. L. 1994. *Os bairros de Alvalade e Areeiro*. FAUTL.
- FERREIRA, V. M., CASTRO, A., SEIXAS, J., SILVA, I. P. E. & LOPES, E. 2002. Morfologias Urbanas e Espaços Públicos na Metrópole de Lisboa. *Cidades, Comunidades E Territórios*, 5, 81-96.
- FORD, F. T. 2003. Public Markets  
*as a Vehicle for Social Integration and Upward Mobility*. New york: Project for Public Spaces, Inc.
- FRANCIS, J., GILES-CORTI, B., WOOD, L. & KNUIMAN, M. 2012. Creating sense of community : The role of public space. *Journal of Environmental Psychology*, 32, 401-409.
- GARD'NER, J. M. 2004. Heritage Protection and Social Inclusion: A case Study from the Bangladeshi Community of East London. *International Journal of Heritage Studies*, 10:1, 75-92.
- GEHL, J. 2011. *Life between buildings*, Washington, Island Press.
- HELM, Joana. 2013. 2casas em santa Isabel/Bak Gordon architectos. Archdaily. Accessed 27Maio 2014. <<http://www.archdaily.com.br/br/01-12707/2-casas-em-santa-isabel-bak-gordon-arquitectos>>
- INDOVINA, F. 2002. O Espaço Público: Tópicos sobre a sua Mudança. *Cidade, Comunidades e Territórios*, 5, 119-123.
- INE. 2012. Rener livinglab [Online]. Available: <http://www.rener.pt/> [Accessed 15/5/2014]
- JACOBS, J. 1961. *the death and life of great american cities* São Paulo, Martins Fontes.
- LAMAS, J. 1982. Renovação urbana do Martim Moniz [propostas de equipa Carlos Duarte/José Lamas, proposta de Francisco Silva Dias, proposta de Tomás Taveira] *Arquitectura : planeamento, design, construção, equipamento*. Casa Viva Editora Lda.
- LEAL, I. D. S. 2011. *A (RE)INTERPRETAÇÃO DO MERCADO*. Grau de Mestre em Arquitectura, Faculdade de Arquitectura Universidade Técnica de Lisboa.
- LEITE, J. 2012. *Restos de Colecção* [Online]. Available: <http://restosdecoleccion.blogspot.pt/2012/05/mercado-de-arroios.html> [Accessed 1/8 2013].
- LEMOS, I. S. 2011. *Os interiores dos quarteirões: de Cerdà ao 22@*

- Mestrado, Universidade de Barcelona Faculdade de Belas Artes.
- LYNCH, K. 1981. *A boa forma da cidade*, Lisboa, edições 70.
- MEISS, P. V. 1990. *Elements of architecture, from form to place*, London, E&FN SPON
- MOITA, I. 1994. *O livro de Lisboa*, Lisboa, Livros Horizonte.
- MOURA, D., GUERRA, I., SEIXAS, J. & FREITAS, M. J. 2005. A Revitalização Urbana. Contributos para a definição de um Conceito Operativo. *Políticas Publicas de Revitalização : Reflexão para a formulação estratégica e operacional das actuações a concretizar no QREN.*, 1-35.
- MOURÃO, J. & FERRÃO, J. 2011. Glossário do desenvolvimento Territorial. In: DGOTDU (ed.) *Titulos Gerais*. Lisboa.
- OAKLEY, K. & PRATT, A. C. 2010. Brick Lane: Community- driven innovation. *Local Knowledge: Case studies of four innovative places*, 28-39.
- QUARTILHO, A. T. R. 2011. *Factos Urbanos - Os Mercados na cidade do Porto*. Dissertação de Mestrado Integrado em Arquitectura, FCTUC.
- RELPH, E. 1976. *Place and Placelessness*, Londres, Pion Limited.
- RELPH, E. 1987. *A paisagem Urbana Moderna* Lisboa, Edições 70
- ROBERTS, P. & SYKES, H. 2000. *Urban Regeneration*, London, SAGE publications.
- SALGUEIRO, N. M. M. D. S. 2012. *Projecto de equipamento adaptável em Entrecampos*. Metre em Arquitectura, Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa.
- SANTANA, E. & FRANCISCO, S. 1994. *Dicionario da Historia de Lisboa*, Lisboa, Carlos Quintas & Associados.
- SHAFTOE, H. 2008. *Convivial Urban Spaces; Creating Effective Public Places*, London, EarthScan
- SPACES, P. F. P. 2013. *Food For Thought: Why Barcelona's Markets Are "Super" Places* [Online]. Available: <http://www.pps.org/blog/food-for-thought-why-barcelonas-markets-are-super-places/> [Accessed 16 de Junho 2013].
- UITC 2013. Programa de Intervenção Integrada UIT centro. CML.
-